

3 1761 11638310 0





Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116383100>

CAI
35100
-A56

Collection
Publications

13

ANNUAL REPORT 98-99

n Canada

Canada 

HEAD OFFICE

Tour de la Banque Nationale
600 de La Gauchetière Street West
14th Floor
Montréal, Quebec
H3B 4L8
Phone: (514) 283-6363
Fax: (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

OFFICES IN CANADA

Toronto

2 Bloor Street West
22nd Floor
Toronto, Ontario
M4W 3E2
Phone: (416) 973-6436
Fax: (416) 973-8606

Vancouver

310 - 440 Cambie Street
Vancouver, British Columbia
V6B 2N5
Phone: (604) 666-1566
Fax: (604) 666-7754

Halifax

1684 Barrington Street
3rd Floor
Halifax, Nova Scotia
B3J 2A2
Phone: (902) 426-8425
Fax: (902) 426-4445

Ottawa

360 Albert Street
Suite 1560
Ottawa, Ontario
K1A 0M9
Phone: (613) 947-2938
Fax: (613) 947-2537

HEAD OFFICE

As of October 25, 1999
360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9
Phone: (514) 283-6363
Fax: (514) 283-8212
www.telefilm.gc.ca

EUROPEAN OFFICE

Paris

5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Phone: (33-1) 44.18.35.30
Fax: (33-1) 47.05.72.76

This annual report is published by the Communications and Public Affairs Department of Telefilm Canada with the participation of the Policy, Planning and Research Department.

Additional copies may be obtained by writing to the address below:

Telefilm Canada
Communications and Public Affairs
Tour de la Banque Nationale
600 de La Gauchetière Street West
14th Floor
Montréal, Quebec
H3B 4L8

Tabled in September 1999

Legal Deposit:

Bibliothèque nationale du Québec
National Library of Canada

Graphic design:

Agence Code communications

Pre-press:

Grafix Studio

Printing:

Transcontinental Litho Acme



**TELEFILM CANADA:
A VITAL PARTNER TO THE INDUSTRY
AT HOME AND ABROAD
TELEVISION • CINEMA • MULTIMEDIA**

A cultural agency of the Canadian government, Telefilm Canada is dedicated to the development and promotion of the Canadian television, film and new media industry.

Telefilm Canada is a cultural investor. Its mission is to provide financial assistance and strategic leverage to the industry in producing high-quality works that reflect Canadian society, including its linguistic duality and cultural diversity, while ensuring their widest possible distribution in Canada and abroad.

**MORE THAN 30 YEARS OF EXPERTISE
SERVING THE CANADIAN INDUSTRY
Annual Budget: Close to \$200 Million**

Established in 1967 as a Crown corporation, Telefilm Canada has contributed to the current success of the Canadian film and television industry. While continuing to invest in these sectors and refining its support for feature films, the Corporation is also focusing on multimedia, the newest 21st-century communications medium, where Canadian talent is increasingly making its mark.

The Corporation enjoys an annual budget of close to \$200 million, which enables it to act as a key financing, strategic and promotional partner on the national and international scenes.

**Diversified Support: From Scriptwriting
to International Sales**

Telefilm administers 17 funds and programs including the Equity Investment Program (EIP) of the Canadian Television Fund (CTF), a public-private partnership; the Feature Film Fund; and the Multimedia Fund.

Each year it contributes to the development and production of some 600 feature films, made-for-TV movies, drama series, documentaries, children's programs, variety shows and multimedia products of outstanding cultural value.

To ensure that these products reach large audiences, Telefilm participates in other industry activities such as distribution, export, versioning, marketing and promotion at Canadian and foreign festivals and markets.

Telefilm's financial support is varied. Most often provided as an investment, it also comes in the form of advances, loans, loan guarantees and grants. Telefilm shares product risks and revenues with the industry. Recouped amounts are reinvested in production and distribution activities.

A Strong National and International Presence

Telefilm has four Canadian offices that provide their clients with a wide range of services. These offices are located in Montréal, the Corporation's head office; Toronto (serving Ontario); Vancouver (serving British Columbia, Alberta, Manitoba, Saskatchewan, Nunavut, the Northwest Territories and the Yukon); and Halifax (serving Nova Scotia, New Brunswick, Newfoundland and Labrador, and Prince Edward Island), stimulating creativity on a national scale.

The Corporation also operates an office in Paris, which provides valuable expertise for implementing international strategies that open new markets for Canadian production.

Telefilm works with production, distribution and broadcasting companies and other Canadian and foreign government organizations in the audiovisual sector to enable the Canadian industry to grow in an environment propitious to the creation of original, high-quality products with audience appeal.

1998-99 AT A GLANCE

Telefilm Canada: An Active Presence in National Policy Matters

- Creation of the Multimedia Fund by the Minister of Canadian Heritage; appointment of the Corporation as administrator.
- Participation in Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) hearings on the future of Canadian television.
- Participation in CRTC hearings on new media.
- Revamping of the Canadian Television Fund (CTF), for which Telefilm administers the Equity Investment Program (EIP).
- Participation in the Feature Film Policy Review.

Telefilm Focuses on the New Millennium

Telefilm's **1997-2000 Business Plan**, *Towards the New Millennium*, published in November 1997, defines the Corporation's medium and long-term goals and strategies. Notable accomplishments in fiscal 1998-99 include the following:

- a significant increase in the volume of production created by Canadians for Canadians. Telefilm provided assistance for 588 production and development projects, representing record activity of \$550 million, up from 506 projects with total budgets of \$500 million the previous year;
- enhanced support for regional production through decentralized services, more regular industry consultation and a larger share of Telefilm's investments (28% of commitments), resulting in better representation of the experience and dreams of Canada's different communities;
- intensified international partnership activity, particularly in the areas of co-productions and film, television and multimedia markets and festivals, which benefited SMBs and large companies nationwide;
- improved client services achieved through efficient administrative practices, initiatives to increase industry visibility at home and abroad, more effective use of CTF resources, an acceleration of the decision-making process and a commitment to accountability and transparency.

TABLE OF CONTENTS

| | |
|---|-----------|
| Board Members and Senior Management as of March 31, 1999 | 6 |
| Letter to the Minister | 7 |
| Management | 8 |
| Message from the Chairman | 9 |
| Message from the Executive Director | 12 |
| 1998-99 Financial Results Disbursements Commitments Administrative Expenses | 18 |
| Highlights Policies – Television and Film Production and Development Telefilm Canada: A Longstanding Commitment to Canadian Cinema Communications and Public Affairs International Relations Telefilm Publications | 23 |
| Television Equity Investment Program – Canadian Television Fund | 35 |
| Cinema Telefilm Canada's Feature Film Fund Telefilm Canada's Feature Film Distribution Fund | 49 |
| Multimedia Multimedia Fund | 59 |
| Financial Statements | 63 |

BOARD MEMBERS

as of March 31, 1999

Laurier L. LaPierre, O.C.

Chairman
Ottawa, Ontario

Laétitia Cyr

Vice-Chairperson
Moncton, New Brunswick

Jeanine C. Beaubien, O.C.

Member
Montréal, Quebec

Bluma Appel

Member
Toronto, Ontario

Ron S. Bremner

Member
Calgary, Alberta

Elvira Sánchez de Malicki

Member
Etobicoke, Ontario

Sandra Macdonald

Member ex officio
Government Film Commissioner
Montréal, Quebec

SENIOR MANAGEMENT

as of March 31, 1999

François Macerola

Executive Director

Peter Katadotis

Director, Canadian Operations

Danny Chalifour

Director, Finance
and Administration

Deborah Drisdell

Director, International Relations

Suzan Ayscough

Director, Communications
and Public Affairs

Stella Riggi *

Director, Human Resources

Guy DeRepentigny

Director, Policy, Planning
and Research

John Pelletier

General Counsel and
Corporate Secretary

* Joined Telefilm Canada on May 25, 1999

Montréal, June 28, 1999

The Honourable Sheila Copps

Minister of Canadian Heritage

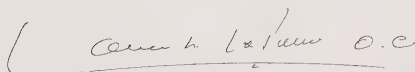
Ottawa, Canada

Dear Madam:

In accordance with the provisions of Section 23 of the *Canadian Film Development Corporation Act*, 1967, I have the honour to present to you, on behalf of the Board of Directors, the 31st Annual Report of the Canadian Film Development Corporation (now called Telefilm Canada) as well as the financial statements for the year ended March 31, 1999.

Yours very truly,

The Chairman,

A handwritten signature in dark ink, reading "Laurier L. LaPierre O.C.", with a horizontal line underneath.

Laurier L. LaPierre, O.C.

MANAGEMENT

François Macerola

Executive Director

OPERATIONS

Peter Katadotis

Director, Canadian Operations

Montréal Office

Joëlle Levie

Director, Operations
Quebec

Pierre Even

Director, Business Unit –
Feature Film

Normand Thauvette

Director, Business Unit –
Television and Multimedia

Toronto Office

Bill House

Director, Operations
Ontario

John Fulton

Director, Business Unit –
Feature Film and Multimedia

Karen Franklin

Director, Business Unit –
Television

Vancouver Office

Elizabeth Friesen

Director, Operations
Western Region

John Dippong

Director, Business Unit –
Feature Film

Lauren Davis

Director, Business Unit –
Television

Halifax Office

Ralph Holt

Director, Operations
Atlantic Region

FINANCE AND ADMINISTRATION

Danny Chalifour

Director, Finance and Administration

Lisa Scardocchio

Controller

Carolle Brabant

Director, Systems, Technology
and Contract Management

INTERNATIONAL RELATIONS

Deborah Drisdell

Director, International Relations

Jean Lefebvre

Director, Festivals Bureau

Sheila de La Varende

Deputy Director – European Office

COMMUNICATIONS AND PUBLIC AFFAIRS

Suzan Ayscough

Director, Communications
and Public Affairs

HUMAN RESOURCES

Stella Riggi

Director, Human Resources

POLICY, PLANNING AND RESEARCH

Guy DeRepentigny

Director, Policy, Planning
and Research

GENERAL COUNSEL AND BOARD

John Pelletier

General Counsel and
Corporate Secretary

On March 21, 1999, Canada's celebrated director Norman Jewison received the greatest honour Hollywood has to offer when his work was recognized with the Irving G. Thalberg Award. This Oscar for lifetime achievement puts Mr. Jewison in a select group of cinematic luminaries, and deservedly so, for there are few other filmmakers who can paint such evocative pictures of the human experience. Indeed, the ability to put faces to the human condition is what makes directors such as Norman Jewison, Denys Arcand, Atom Egoyan, Anne Wheeler, David Cronenberg, Thom Fitzgerald, François Girard, Léa Pool, Sturla Gunnarsson and Patricia Rozema part of the great Canadian storytelling tradition. A tradition in which audiences willingly surrender to the pleasures of the screen.

Vision. Passion. Conviction. These are just some of the words used to describe Canada's audiovisual industry. For Canadians, our film, television and new media products are amongst the world's most important. They make us laugh, they make us cry, they move us, they speak to us, they entertain us. And they make us grow, because they challenge us and open doors onto ourselves and others.

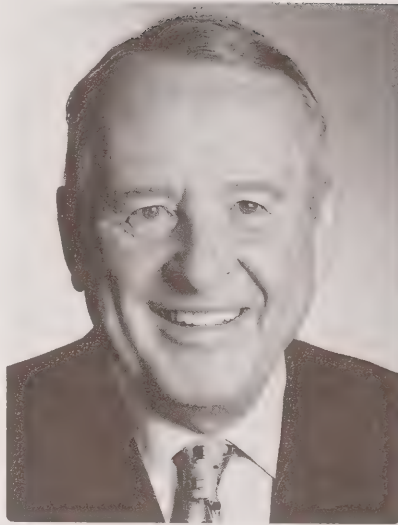
Cinema and television have several meanings. No longer simply entertainment, they reflect the imagination of a people and attempt to capture glimpses of humanity, using pictures, sounds and stories. That is why we must treasure our artists, encourage them, promote them and create new opportunities of expression for them, with the same sense of vision, passion and conviction.

Canadian culture is expressed in many different ways. Canada's remarkable cultural diversity—our Aboriginal peoples; our founding peoples, both English- and French-speaking; and more than 100 ethnic groups from which we trace our roots—is one example of Canada's rich heritage. But despite this diversity, the capacity to create our own images and stories has been, and continues to be, a challenge for Canada.

Yes, creating distinctively Canadian features and television for a small market like Canada has been a daunting task. But with strong support from the federal government, including Telefilm Canada, a truly Canadian industry now exists and thrives. Creating more and better Canadian stories for all Canadians: that's what it's all about. Audience research has consistently shown that Canadians will watch high-quality Canadian programming when it is made available to them.

1998-99: A Vintage Year

Our television industry has created highly successful series such as *Due South*, *Omertà*, *Emily of New Moon*, *Traders*, *Wind at My Back*, *Réseaux*, *Dooley Gardens*, *Boîte à chansons d'aujourd'hui*, *The Adventures of Shirley Holmes* and *Incredible Story Studio*, which Canadians are watching more than ever before. What is more, the increase in the number of productions



Laurier L. LaPierre, O.C.

was particularly significant in the category of children's programs, which continue to be exceptionally popular around the world. Documentaries including *L'Erreur boréale*, *Moi, j'me fais mon cinéma*, *Life and Times of Liona Boyd: Romancing the Guitar*, *Gabrielle Roy*, *Tickling the Dragon's Tail* and *Riopelle sans titre* 1999, collage offer a unique perspective on issues of interest not only to Canadians but to peoples around the world. We are also blessed with many superbly talented Aboriginal artists who have brought us deeply personal works in all genres and in many languages, such as *Northern Tales*, *Amarok's Song Series*, *The Everywhere Spirit* and *Big Treasure Chest for Future Kids*.

Canada is well represented on the feature film front. Some of the year's highlights include *The Red Violin*, *Emporte-moi*, *Dirty*, *Such a Long Journey*, *Un 32 août sur Terre* and *eXistenZ*, which have garnered domestic and international recognition and numerous awards. We are delighted with the tremendous box office results of *Les Boys II* and *C't'à ton tour*, *Laura Cadieux*. And there's more: *Le Dernier Souffle*, *The Falling*, *Cube*, *Souvenirs intimes*, *Quand je serai parti... vous vivrez encore* and *The Five Senses*, to name but a few. These features would not have been made without the combined talent of Canadian filmmakers, who have stories worth telling, and public assistance from Telefilm Canada, which is the primary agency investing in the development, production and distribution of Canadian feature films.

We are also working hard to achieve the same results with new media. The government is assisting the development of a strong multimedia industry with the \$30-million Multimedia Fund administered by Telefilm Canada. This seed has already borne fruit in such innovative CD-ROMs as *Mia: The Search for Grandma's Remedy*, *Terre des Inuit*, *Cabot: The Discovery of a New World*, *Glenn Gould: The New Listener* and the *Génération W* web site.

But let me be clear: making room for our own voices and spaces is not about denying our creators

freedom of expression or our consumers freedom of choice. Instead, the existence of a vigorous Canadian cultural industry requires instruments that provide Canadians with access to a wide variety of Canadian feature films, television programs and new media products—the truest reflection of our cultural values and collective memory.

Canadian Television Fund: The Big Picture Behind the Small Screen

I am also proud to sit on the Board of the Canadian Television Fund, of which Telefilm administers the Equity Investment Program. The Fund continues to evolve, while keeping Canadians in touch with their own distinctive culture. Congratulations to CTF Chairperson Richard Stursberg, Garry Toth, Executive Director of the Licence Fee Program, François Macerola, Executive Director of Telefilm Canada, and Peter Katadotis, Telefilm's Director of Canadian Operations, for their commitment to streamlining procedures and making the two Programs of the Fund truly complementary. With this clear objective in mind, much has been accomplished, including the implementation of the CTF's distinctly Canadian guidelines. Now that the Fund has re-established itself as a cornerstone funding program, we can work towards its long-term renewal in 2001.

MIPCOM Pays Tribute to Our Industry

A large talent pool as well as efficient and extensive infrastructures are part and parcel of a thriving industry. On October 6, 1998, Cannes' MIPCOM offered dramatic proof of the Canadian industry's international reputation. The Reed Midem Organization, the body responsible for MIPCOM, MILIA and MIP-TV (among others), dedicated a special day to Canada, which resulted in unprecedented international press coverage. During a luncheon organized by the City of Cannes and Reed Midem in honour of the Canadian delegation, the CEO of Reed Midem, Xavier Roy, hailed "the remarkable dynamism" of the Canadian industry, describing Canada as "an inexhaustible source of talent" and "a world leader in the realm of co-production."

Board of Directors: A Full Complement

I am very pleased to say that all seats on the Board of Directors have been filled since August 1998. Three new members were appointed this year: Bluma Appel, a business entrepreneur with years of commitment in the arts; Elvira Sánchez de Malicki, who brings over 25 years of experience in broadcasting, law, the arts and community work; and Ronald S. Bremner, who began his broadcasting career in 1972 and is currently President and CEO of the Calgary Flames Hockey Club. All three are already making a significant contribution to the Corporation.

Team Telefilm Canada

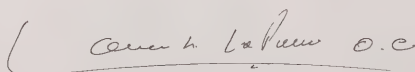
On a personal note, this is my first message as the Chairman of Telefilm Canada. Looking to the next couple of years, I am extremely enthusiastic and optimistic for the future of Telefilm. With the Multimedia Fund, the new feature film policies to be adopted and the refocusing of our television support, I strongly believe that the Corporation will become an increasingly important cultural institution. Why? Because we need more Canadian products, and greater Canadian access to them. Telefilm's role will be to contribute to the creation and distribution of stories and images that truly belong to us. As well, Telefilm Canada will support the industry by highlighting its accomplishments and needs.

Spotlight on Cultural Diversity

As we enter the third millennium, international dialogue and co-operation have become an urgent priority in order to safeguard both cultural sovereignty and diversity in the face of globalization. In June 1998, the Honourable Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage, convened an international meeting on cultural policy in Ottawa. Out of this initiative came the International Network on Cultural Policy, formed by 26 nations to look at how content creators can tell their countries' stories.

With all the stories being told on Canadian screens in English, French and Aboriginal languages, Canada is certainly championing cultural diversity. The year of *La Francophonie* will be a golden opportunity to spotlight Canadian audiovisual production in French. Telefilm Canada plans to further French-language production outside the main centre of Montréal by various means. These include contributing to the development of business relations between broadcasters and French-speaking producers outside Quebec, and promoting co-production between francophones all across Canada. At the same time, to encourage the distribution and export of French-language productions, Telefilm will establish closer links with the French-speaking community throughout the world.

In closing, I would like to salute François Macerola, senior management and all the employees of the Corporation who have continued to demonstrate their professionalism and positive outlook. I realize that there have been major changes in the organization and that the team has met many challenges, but Telefilm has shown that it can re-examine itself and move in new directions when called for. I thank them for their support and their dedication to the Corporation.



Laurier L. LaPierre, O.C.



Bluma Appel
(Toronto)

“ During my career, I have been a member on approximately 40 boards and I can say without a doubt that there is none better than Telefilm Canada’s.

I have been interested in developing a thriving Canadian film industry since the 1970s, and quite appropriately, I feel like a proud mother each time I see one of the productions that we have supported. However, the Canadian industry must expand outward and bring new people in—we must nurture the first seedlings to become a real force in the market. Finally, I would like to salute the Chairman of our Board, Mr. Laurier L. LaPierre, whose vast experience in Canadian broadcasting I find to be a vital asset to our Corporation. ”



Jeanine C. Beaubien
(Montréal)

“ I have spent my entire career in the cultural industries. As an administrator or working in theatre, I have always

been committed to supporting high-quality works that open up new vistas. And I find this in Telefilm Canada. We must encourage the production of original projects that will reach wide audiences. French- and English-speaking viewers must have access to works in both official languages and from all regions of the country. I am also particularly interested in young audiences. We must continue to offer them films, television programs and multimedia products that stimulate their creativity, make learning fun and help them grow. ”



Ronald S. Bremner
(Calgary)

“ In my capacity as a member of the Board of Telefilm Canada, my goal is to assist, to the best of my ability, in developing and promoting a world-class

Canadian television, film and multimedia industry. I believe it is essential that this enterprise be founded on high-quality productions reflecting the cultural and regional differences of Canada. Additionally, it is imperative to me that our entire approach to creating this exciting entity be carried out within the framework of sound business principles and fair practices in an atmosphere of competitiveness and fiscal responsibility. ”



Laétitia Cyr
(Moncton)

“ I am an Acadian, and I have spent much of my career in the broadcasting business. I am delighted to be able to bring my experience to the Board of Telefilm

Canada, where my particular concern is with the needs of French-speaking Canadians outside of Quebec. I hope to contribute to the improved distribution and marketing of feature films so as to make them more accessible to moviegoers in these areas. Naturally, I have a special interest in the growth of Atlantic production, and promoting Atlantic talents is high on my list of priorities. ”



Elvira Sánchez de Malicki
(Etobicoke)

“ Serving on the Telefilm Canada Board is a stimulating challenge and a privilege. I am very pleased to be working with a dynamic and enlightened group

whose members are open-minded, enthusiastic about their duties and sincerely concerned with the well-being of the industry. My long tradition of working with and my passion for our multicultural Canada has enabled me to bring that perspective to the table, and I have encountered tremendous support both at the Board and management levels in finding ways to achieve a more equitable representation of Canada’s demographic reality on our screens. Among the other matters I am currently addressing is the development of third-language production, and I am gratified that a task force has been set up to study this issue. ”



Sandra Macdonald
(Montréal)

“ As Government Film Commissioner, I serve on the Board of Telefilm Canada *ex officio*, in the same way that the

Executive Director of Telefilm Canada serves on the Board of the National Film Board. This reciprocity helps ensure that the Government of Canada’s support for production, whether via public or private producers, takes into account the diverse realities of the Canadian production and distribution environment. ”

For Telefilm Canada, and the Canadian audiovisual industry, fiscal 1998-99 was a pivotal year.

We streamlined our television guidelines, reviewed our feature film policies and laid the groundwork necessary for the development of a robust multimedia industry. And in keeping with our mandate, we have been equally mindful of regional perspectives and the international pursuits of Canadian companies.

Guided by the Corporation's 1997-2000 Business Plan, *Towards the New Millennium*, all members of the Telefilm team focused on the same goals, which can be summed up as follows: to make Telefilm an increasingly effective instrument for development and ensure that the Canadian industry enters the 21st century with confidence and optimism. Indeed, the year's results are extremely encouraging, as evidenced in this, our final annual report of the century.

Partnership with the Industry: Productive Consultations

In recent years, we have consolidated our partnership with the industry, notably by being more attentive to professionals in all regions. We have decentralized our operations to enable each office to offer a range of appropriate services to its clientele, and we have defined regional business plans, which are currently being implemented. The regional consultative committees organized in conjunction with the industry are very useful in this regard and will be reconvened in the new fiscal year. //

Repositioning the Canadian Television Fund: Mission Accomplished

An exceptional upsurge in funding applications in April 1998 led to serious difficulties for the Canadian Television Fund. Consequently, the administrators, including Telefilm Canada, further united their energies to perfect the Fund's operational methods. With the support of Richard Stursberg, the new CTF Chair, we set to work with a single goal: to re-establish the Fund's good name. This involved revising the project eligibility criteria and harmonizing the rules of the Fund's two complementary programs: the Equity Investment Program administered by Telefilm and the CTF's Licence Fee Program. The result has been administrative rapprochement, and we can now say "Mission accomplished!" There are still some rough edges to smooth, of course, and a few considerations to be refined, but we are not far from a true success story. All of which bodes well for the renewal of the Fund in the year 2001.

Telefilm Canada's relationship with the CTF has changed our practices in a number of ways. We have lost some flexibility but gained in transparency and efficiency. The change has placed great demands on Telefilm staff, as the number of files to process has grown considerably and services must be delivered at a rapid rate. Moreover, we have learned to work with two boards of directors: Telefilm's and the CTF's. While operating as part of a new entity focused solely on financing cultural products, we have been steadfast in fulfilling our mandate as a cultural investor with regional goals, industrial development objectives,

recoupment initiatives and an international vision.

Telefilm Canada's good faith, its will to work in partnership and its professionalism have been acknowledged.

Support for SMBs: Concrete Initiatives

At the 1999 Banff Television Festival, we announced several initiatives aimed at increasing support for small and mid-size businesses working in television and feature film in all regions of the country. Funds for development, international marketing and the Production Revenue Sharing Program are now reserved exclusively for SMBs, and the cost of space rental in Telefilm booths at certain markets has been reduced. Other measures will be instituted in the near future. //

Cinema: Ambitions That Demand New Initiatives

Feature films have become a priority issue thanks to the determination of the Minister of Canadian Heritage, the Honourable Sheila Copps, to emphasize the importance of this unique means of cultural expression. The growth of Canadian cinema has long been high on Telefilm Canada's list of priorities. In January 1996, I voiced my concerns with respect to feature films in an open letter to the Montréal daily *La Presse*, describing the situation as a tough fight, with unevenly matched forces, and affirming the need for adequate, stable funding for Canadian films. Today, I continue to believe, as I wrote then, that "the first condition for our cinema to assert itself remains the steady, continuous production of strong, original works that look like us, are deeply rooted in our reality and transcend the anecdotal to attain the universal."

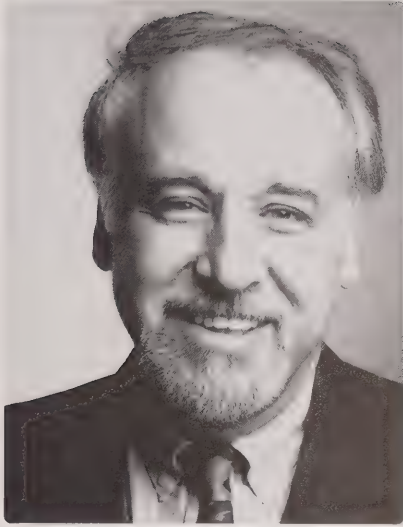
During the year, we took part in the meetings of the Feature Film Advisory Committee, and we share the Committee's desire to see the government act swiftly and effectively in favour of the film industry. We further revised our production and distribution policies to better focus our programs on project quality and encourage more dynamic marketing.

We worked in close collaboration with the industry's professional associations and with producers, distributors, directors, writers and technicians, all of whom demonstrated contagious enthusiasm and the will to succeed.

We will soon be issuing Telefilm Canada's official position paper on feature films entitled "Investing in Culture: Towards a Policy on Canadian Feature Film". Our hope is that this document will serve to rally the energies of the entire film community.

Multimedia: Critical Support for the Growth of a Promising Industry

The creation of the Multimedia Fund at the 1998 Banff Television Festival was excellent news for the new media industry. This fund took over from a pilot program administered by Telefilm. In short order, we defined the Fund's guidelines, established a minimal administrative structure



Performance measures serve as a complement to our 1997-2000 Business Plan and the five-year plan that will be issued shortly. We have adopted 23 measures that will allow us to gauge the extent to which we achieve the Corporation's goals, and make enlightened decisions. In light of the cost of implementing these measures and the considerable workload already borne by the staff, we have opted for gradual implementation over four fiscal years, beginning in 1998-99.

François Macerola

Training: A Challenge for the Next Decade

// Training is one of our major challenges. We must enable Canada's up-and-coming talent and established professionals to acquire the skills they need to successfully position themselves in a rapidly evolving global environment. As a result, Telefilm enthusiastically partners with the foremost Canadian training schools and supports numerous professional development forums and workshops. In addition, a pilot program with the Media and Visual Art Department of the Banff Centre for the Arts provides us with the opportunity to invest in leading-edge, high-risk multimedia development while benefiting from a vast international network of related contacts and resources. //

and formed an advisory committee to assist us in developing and updating our policies. The Fund has allowed us to finance the production, development and marketing of a record number of projects, confirming that it responds to a vital need.

Now, after more than a year of operation, it is time to consolidate the Fund. Among other things, we must review the financial instruments that we have favoured so far. Reimbursable loans encourage applicants to submit strong projects and diversify their financial partners. But our clients, small and mid-size companies in particular, are urging us to take more risks, as we did for television and cinema, arguing that the multimedia industry is first and foremost a cultural one. The Minister of Canadian Heritage has agreed to a review of the Fund's financial instruments, to be completed in the coming months. The Multimedia Advisory Committee is playing an active role in this process.

Administration: Distinctly Improved Services to the Industry

Telefilm's administration has undergone significant change. Several sectors of activity, production and distribution among others, have been consolidated. We have reinforced our international and communications activities to provide the industry with the best possible development and promotion tools. Accordingly, international festivals have been incorporated into the International Relations Department and Canadian festivals into Canadian Operations. All of Telefilm's sectors and offices work in close interaction, and this synergy results in our unique expertise and increased efficiency.

We have introduced a risk management system that enables us to process more files more quickly. And an activity-based costing system will allow us to further rationalize our operations, the ongoing objective being to maintain administrative expenses below 9% of our commitments.

We are seeking to increase our revenues in order to provide the industry with more resources in what we feel are priority sectors. We will also be reviewing certain financial instruments such as the Loan Guarantee Program, and we will be rethinking our dubbing and subtitling assistance programs. We will continue our commitment to find new ways to bring additional funding into the system.

It is impossible to address the future without mention of the Year 2000 computer issue. Telefilm has taken exemplary action in this regard, and its Y2K Contingency Plan, which deals with the need to issue cheques, sign contractual agreements and ensure operational budget tracking, has been repeatedly hailed as a model by the government authorities concerned. Once again, our team has demonstrated its professionalism and its determination to serve the industry well.

Teamwork

In closing, I would like to thank all members of the Telefilm team for their extraordinary work in a year that has been incredibly demanding with respect to both programs and administration. My special thanks go to Peter Katadotis and his team for their role in the successful revamping of the Canadian Television Fund. In all of our questioning and initiatives, we have benefited from the generous and enlightened support of Telefilm's Chairman, Laurier L. LaPierre, O.C., and the Board of Directors as a whole. We are very grateful to them.

To the film, television and multimedia industry, I offer my sincere congratulations for the progress achieved and the many success stories of 1998-99.

François Macerola



**Peter Katadotis, Director,
Canadian Operations**

“ This fiscal year has been one of the most demanding and most productive we have ever known. Our teams in Montréal, Toronto, Vancouver and Halifax implemented regional business

plans based on the Corporation's goals and the specific needs of their respective clients. They were active in establishing the policies of the new Multimedia Fund and streamlining the guidelines of the Canadian Television Fund, both of which are invaluable instruments for growing the industry. Our regional teams also contributed to the national debate on the priority issue of feature films and to defining new policies with respect to small- and mid-size companies. In production, development, distribution, dubbing and marketing, we signed contracts with the industry for more than \$155 million. And working with our Canadian and foreign financing partners, we enabled the industry to offer audiences a wider range of high-quality Canadian theatrical, television and multimedia products. ”



**Danny Chalifour,
Director, Finance
and Administration**

“ Telefilm Canada has developed a culture of transparency. From our business plan to the budgeting process and performance measures, we are

aiming for increased accountability to the government, the industry and the Canadian public. In light of ongoing financial restrictions, rationalizing expenditures remains high on our agenda. We also face other administrative and financial challenges: increasing revenues in order to invest more in the industry; revising certain financial instruments to improve response to corporate needs, especially those of small and mid-size businesses; maintaining administrative expenses below 9%; and the continued modernization of our management system. ”



**Deborah Drisdell,
Director, International Relations**

“ More and more, Canadian companies are working from an international perspective and taking advantage of our expertise in this area. Through our department, which now includes

the International Festivals Bureau, the Corporation promotes greater visibility for Canadian products and fosters international alliances, providing particular support for small- and mid-size companies. Co-production is increasingly proving to be an excellent source of financial leverage, resulting in exceptional products with worldwide appeal. This year, due in part to changes to the CTF's application deadlines, we certified an unprecedented number of co-productions with combined budgets representing record production activity in excess of \$850 million, compared to \$250 million three years ago. Consistent with our mandate to encourage the international development of SMBs, our main challenges now are to strengthen the industry's strategic positioning in Europe; facilitate entry into new markets, especially those in Asian and Spanish-speaking countries; and provide targeted support for the multimedia sector. ”



Suzan Ayscough,
Director, Communications
and Public Affairs

“The future of the film, television and multimedia industry depends on the recognition of its cultural and economic weight.

Telefilm has fully embraced

the Internet as a third communications option after electronic and print media. However, we haven't lost sight of print and have actually produced additional publications in response to client need and increased production volume. The new co-production guide is very popular as are the new multimedia and documentary catalogues. We have organized an increased number of events—many as joint efforts with the private sector—to showcase Canadian talent. And while we have transferred the administration of foreign festivals to the newly consolidated International Relations Department, and the *Canadian Showcase* program to Canadian Operations, we will continue to work in concert with these departments to ensure the highest visibility for Canadian productions both at home and abroad. Finally, we continue evolving with regard to our corporate objective of decentralization by working more with the other Telefilm offices to develop regional communications plans designed for the needs of clients in those areas.”



Stella Riggi,
Director, Human Resources

“I joined Telefilm at the end of May 1999, after spending 11 years with a national consulting firm.

To foster the growth of the Canadian industry in this age of the global marketplace, Telefilm

will place increased emphasis on know-how and performance. By working closely with all the Corporation's offices, I intend to devote my energies to creating an environment that is conducive to the employees' personal and professional development. The policies to be implemented by Human Resources will encourage training, versatility and team spirit. We will support employees in every office in their efforts to continually improve the quality of their client relations. Our department will thus play a part in achieving the Corporation's goals as defined in the five-year business plan.”



Guy DeRepentigny,
Director, Policy, Planning
and Research

“Telefilm maintains an ongoing industry consultation process. This is true as much with respect to our funds and programs as to the Corporation's business

plan. We sit on the CTF's board of directors and participate in policy decisions and planning. We played an active role in the Feature Film Policy Review instituted by the Minister of Canadian Heritage, the Honourable Sheila Copps, and we have representatives on the Multimedia Fund Advisory Committee. These initiatives guarantee true partnership. Moreover, Telefilm takes part in all industry-related forums, be it CRTC hearings, the Standing Committee on Culture and Communications, or other national and international venues. This gives us a clear perspective on market evolution and enables us to develop effective tools for change.”



**John Pelletier, General Counsel
and Corporate Secretary**

“Telefilm Canada has over the course of the last fiscal year updated and streamlined its corporate governance practices. For instance, Telefilm Board Members will in the future monitor the results

of a number of performance indicators. The Board Members have also adopted a new corporate Bylaw 1 which modernizes the Corporation's Board procedures and practices. Continual improvements to this process will be studied over the coming years. The General Counsel's office, in addition to its roles as legal advisor, Secretary to the Board and arbiter of internal conflict of interest situations, has taken on the duties of overseeing *Access to Information Act* requests. Elsewhere, growing use of the Internet, by both the Corporation's clients and staff, has and will make it necessary for Telefilm to adopt up-to-date guidelines and practices to manage its use of this instantaneous means of communication. These will probably include both an internal and more general code of Internet conduct for Telefilm Canada employees.”



Ralph Holt,
Director, Operations,
Atlantic Region

“The continued growth of the Atlantic Film Festival and the creation of the Atlantic Digital Media Festival illustrate the potential of our regional industry.

Despite increasingly fierce competition for funding sources, producers from the four provinces succeeded in putting together a wide range of projects with assistance from the CTF's Equity Investment Program and an impressive array of broadcasters. *Emily of New Moon* and *The Divine Ryans*; *Foodessence* and *Passeport musique*; *Misery Harbour*, a co-production; *The True Meaning of Crumbfest*, our first children's series emanating from Prince Edward Island; and the CD-ROM *A Trip to Time with Inspector McTree* all bear witness to Atlantic know-how. *Beefcake*, from the maker of *The Hanging Garden*, was shown at the Sundance Festival, and we are delighted by the continued growth of French-language production in Acadia, which includes the feature film *Full Blast*. Ancillary product sales from *Theodore Tugboat* represent a considerable source of revenue for the Corporation, which was the series' principal investor during its five years of production. Our office worked with the Okalakatiget Society of Nain, in Labrador, to develop *Hebron Relocation*, the Atlantic region's first Aboriginal project. New financing agencies were created in New Brunswick and Newfoundland, and we are now working with representatives of all four provinces to stimulate industry growth and provide enhanced services. For next year, we will be giving priority to the following: a review of multimedia assistance, currently underused here; continued support for new talent; assistance for project development; facilitation of product marketing; improved communications with the industry; and the development of Canadian and international partnerships. ”



Joëlle Levie,
Director, Operations, Quebec

“Once again, the Quebec industry has demonstrated its professionalism and maturity. The number of applications submitted to Telefilm, as well as the box-office and television successes, are signs

of a thriving and creative industry. For the Canadian Television Fund, television drama remains a priority, capturing large, loyal audiences with series such as *Omertà*, *Réseaux* and *Juliette Pomerleau* and made-for-TV movies including *Caserne 24*, *Diva* and *Km/h*. Documentary production has been vigorous, turning out social portraits, such as *Riopelle sans titre 1999*, *collage* and *Des marelles et des petites filles*, and dealing with international current affairs, as in *Visionnaires* and *Le Temps des barbares*. Series such as *Macaroni tout garni*, *Cornemuse*, *Bibi et Zoé* and *Lapoisie et Jobard* delight young audiences and speak to the talent of their creators. Quebec cinema is starting to find its place on the big screen. Features like *Les Boys II* and *C't'à ton tour*, *Laura Cadieux* confirmed that box office success is not just for our foreign competitors. The multimedia industry is taking full advantage of the Multimedia Fund and coming up with such products as *Mia: The Search for Grandma's Remedy*, *Zach and the Sacred City* and *Insectia - The Game*. Some of our major challenges for next year include establishing closer ties with the industry; developing new financial and strategic alliances; ensuring that our policies clearly reflect Canadian and foreign market realities; providing support for up-and-coming talents; meeting the industry's training needs; and improving the domestic and international marketing of Quebec products. ”



Bill House,
Director, Operations, Ontario

“The Ontario industry continues to innovate and impress with a wide variety of television, film and multimedia projects. The drama series *Power Play* debuted well on CTV and has

been picked up stateside for network broadcast on UPN. *Traders* retained devoted viewership on Global and again snagged numerous Gemini awards. Sunny Yi's controversial documentary *Thai Girls* aired on CBC's prestigious *Witness* strand, and the aviation series *Flightpath* drew audiences on Discovery and sold well in the U.S. and Germany. Two new children's series went to air on YTV, *Panda Bear Daycare* and *Ruffus the Dog*. On the feature front, the Toronto office financed seven films, among them Jeremy Podeswa's *The Five Senses*, applauded at the Directors'Fortnight in Cannes. Other achievements include the release of Don McKellar's *Last Night*; David Cronenberg's *eXistenZ*, winner of a Silver Bear at the Berlin Festival; and François Girard's *The Red Violin*, which is enjoying international acclaim and impressive box-office results. We also welcomed new clients seeking support for multimedia projects that have generated considerable excitement. In all areas, we concentrated our investment and development dollars on top-quality projects, some of which are in French and Aboriginal languages, and from companies of all sizes. Industrial support focused on initiatives to improve producing skills and market intelligence such as Hot Docs' *Master Class*. The merger of Alliance and Atlantis was noteworthy as an indicator of industry consolidation and success. Our 1999-2000 priorities are to develop viable, high-quality productions with audience appeal, facilitate international market opportunities, respond to the needs of Ontario's new media players, and develop ways to support the growth and stability of SMBs. ”



Elizabeth Friesen,
Director, Operations,
Western Region

“Production companies in the West continue to expand and diversify in order to meet the challenges inherent in succeeding in an international

marketplace for film, television and new media. For television, we supported widely diverse projects including *Cold Squad* and *Da Vinci's Inquest*, which averaged 812,000 viewers; *Incredible Story Studio II*, sold to Disney Channel; and multiple-prize winners *Champions of the Wild* and *A Place Called Chiapas*. Eleven directors made their first films thanks to the *Kick Start* and *Drama Prize* programs; six features were made, including Scott Smith's *Rollercoaster*; and Anne Wheeler's *Better Than Chocolate* was screened in the Panorama section at Berlin, winning the Ecumenical Jury's Special Prize. Western producers also undertook 22 multimedia projects. *Glenn Gould: The New Listener* won the International Emma Award for Art and Culture, and *Einstein's Dreams* was proclaimed a Hot Site by *USA Today*. Our new relationship with the Banff Multimedia Centre will stimulate multimedia production and co-production. In Aboriginal production, the West continues to lead the way with works such as *Stories From the Seventh Fire*. Two new companies accessed the Feature Film Distribution Fund, and we encouraged co-production by assisting companies from all four provinces to participate in international festivals and markets. We are proud of the results of the *Asia-Pacific Initiative* program, which opens the door to new alliances and opportunities for the entire Canadian industry. Our office supports a dozen festivals and events, as well as professional development forums for all types of production. In the coming year, we will be putting our energy into growing the industry, especially the SMBs. ”

Telefilm's parliamentary appropriation has decreased significantly over the past decade as a result of federal government measures undertaken to restore the country's fiscal health and reduce the national deficit. Over the last few years, however, a series of contribution agreements signed with the Department of Canadian Heritage has gradually enabled the Corporation to augment its industry assistance. Fiscal 1998-99, which marks the last year of anticipated cuts at Telefilm, witnessed record-high funding activities.

Returns on Telefilm's investments continued to decline, down from \$35 million in 1997-98 to \$28.7 million. This reflects the lower investment level of the early and mid-90s and the gradual closure of the Commercial Production Fund, which generated exceptionally high returns.

Due to the nature of the industry that it supports and to government financing requirements, Telefilm operates with two distinct financial systems. One is based on disbursements (cash payments from the Corporation's fiscal-year budget). The other is based on Telefilm commitments (resulting from contracts signed between the Corporation and audiovisual sector companies). Depending on production schedules, disbursements related to Telefilm commitments may be spread over more than one fiscal year.

1998-99 Disbursements: \$179.4 Million

Telefilm's budget for 1998-99 was \$199.3 million, and comprised the following:

- a parliamentary appropriation of \$78.5 million, down \$2.6 million from the previous year;
- a \$64.3 million contribution from the Department of Canadian Heritage: \$57.2 million for the Equity Investment Program of the Canadian Television Fund; \$5.8 million for the Multimedia Fund; and \$1.3 million earmarked for four training schools;
- \$48.6 million in returns on investments, including \$28.7 million from this fiscal year and the balance in previous-year returns;
- \$7.9 million from repayment of loans.

Disbursements amounted to \$179.4 million, of which \$146.1 million was related to current-year commitments and \$33.3 million to commitments carried over from previous years.

The unused portion of the 1998-99 budget, \$19.9 million, has been carried over to the 1999-2000 budget. This amount consists of funds from the Corporation's former Interim Financing Fund that have been reserved for new initiatives for small- and mid-size companies, a portion of revenues recorded at the end of the fiscal year, and uncommitted sums from various programs.

Commitments: \$172.4 Million

In 1998-99, Telefilm's commitments resulting from contracts signed during the fiscal year (including related administrative expenses) amounted to \$172.4 million, up 4.3% from the previous year. This increase is chiefly attributable to the creation of the Multimedia Fund, which enabled Telefilm to inject an additional \$5.8 million into the multimedia industry.

Of these commitments, \$134 million was allocated to the production and development of Canadian television programs, feature films and multimedia products, while \$22.6 million went to distribution, versioning, national and international marketing, and industry promotion activities. The related administrative expenses totalled \$15.8 million.

Administrative Expenses

Administrative expenses represented 9.1% of commitments, compared to 8.7% in 1997-98. This slight increase is due to the development of new evaluation tools such as performance measures, the activity-based costing program and the revamping of the Canadian Television Fund. The exceedingly tight deadlines for receiving and analyzing CTF applications for 1999-2000 required the hiring of temporary personnel from January to March 1999. Telefilm also took the necessary steps to ensure that its information and technology systems are fully Y2K compliant.

For the same reasons, disbursement-related administrative expenses rose in 1998-99, amounting to 8.8% of the year's total disbursements, compared to 7.8% in 1997-98.

In preparing its budget for 1999-2000, Telefilm set itself a goal to maintain administrative expenses at less than 9% of its commitments.

N.B.

The Fund and Program tables appearing in this annual report refer to Telefilm's fiscal-year commitments, resulting from contracts signed by the Corporation.

The figures have been rounded off for easier reading; the totals, however, reflect complete figures.

COMMITMENTS

| | COMMITMENTS FOR NEW PROJECTS In millions of dollars | AMENDMENTS TO COMMITMENTS FROM PREVIOUS YEARS* In millions of dollars | TOTAL In millions of dollars |
|--|---|--|--|
| CTF - Equity Investment Program | | | |
| Production | 100.9 | 0.4 | 101.2 |
| Development | 3.4 | 0.3 | 3.7 |
| Total | 104.3 | 0.6 | 104.9 |
| Feature Film Fund | | | |
| Production | 18.8 | 0.2 | 19.0 |
| Development | 1.3 | 0.4 | 1.7 |
| Total | 20.1 | 0.6 | 20.7 |
| Production Revenue Sharing Program | 2.2 | -0.6 | 1.6 |
| Commercial Production Fund | 0.0 | -0.1 | -0.1 |
| Multimedia Fund | 6.3 | 0.1 | 6.4 |
| Official Co-productions (mini-treaties) | 1.5 | 0.1 | 1.6 |
| Versioning Assistance Fund | 2.2 | 0.0 | 2.2 |
| Feature Film Distribution Fund | 11.5 | 0.0 | 11.4 |
| Other Financing Assistance | | | |
| Regular Fund – Production and development | 0.4 | 0.0 | 0.4 |
| National marketing | 0.9 | -0.1 | 0.8 |
| International marketing | 0.7 | 0.0 | 0.7 |
| Participation in markets | 0.7 | 0.0 | 0.7 |
| Participation in foreign festivals | 0.5 | 0.0 | 0.5 |
| Grants to Canadian festivals | 1.4 | 0.5 | 1.9 |
| Industrial and professional development | 0.7 | 0.4 | 1.1 |
| Professional development – Training schools | 0.8 | 0.3 | 1.2 |
| Other forms of assistance | 0.6 | 0.0 | 0.6 |
| Total | 6.7 | 1.2 | 7.9 |
| Administrative Expenses | — | — | 15.8 |
| Total | 154.7 | 1.9 | 172.4 |

* Includes increases and decreases in commitments from previous years.

Note: Results of additions do not always correspond to totals due to rounding.

AMENDMENT TO THE CO-PRODUCTION AGREEMENT WITH GERMANY, SEPTEMBER 18, 1998, IN HALIFAX

Josette Couture, Deputy
Director, International
Cooperation, Canadian
Heritage, Dr. Max Dehmel,
Ministeriat, Bundesamt für
Wirtschaft, Deborah Drisdell,
Telefilm's Director,
International Relations,
Wolfram Tichy, producer,
TiMe Medienvertriebs
(Munich) and
François Macerola,
Executive Director
of Telefilm



SPECIAL CANADA DAY AT MIPCOM, IN CANNES OCTOBER 6, 1998

Xavier Roy, President of the
REED MIDEM Organisation,
the Honourable
Catherine Trautmann,
France's Minister of Culture
and Communications,
Laurier L. LaPierre, O.C.,
Chairman of the Board
of Telefilm



The Honourable Jacques Roy,
Canadian Ambassador to
France, François Macerola,
Executive Director of Telefilm,
Laurier L. LaPierre, O.C.,
Chairman of the Board of
Telefilm and Madame Roy

François Macerola speaking
at the Canada : A Partner of
International Calibre confer-
ence, which was part of a
series of seminars held at
the Palais des Festivals



THE RED VIOLIN SCREENING AT THE CANADIAN MUSEUM OF CIVILIZATION, IN HULL DECEMBER 8, 1998

Elvira Sánchez de Malicki,
Member of the Board
of Telefilm, the Honourable
Sheila Copps, Minister of
Canadian Heritage,
Deborah Drisdell, Telefilm's
Director, International
Relations and Niv Fichman,
producer of the film



Monique Mercure, actress,
Jeanine C. Beaubien,
Member of the Board of
Telefilm, Laétitia Cyr,
Vice-Chairperson of the
Board of Telefilm and
Dorothée Berryman, actress



Laurier L. LaPierre, O.C.,
Chairman of the Board of
Telefilm, the Honourable
Marcel Massé, P.C., M.P.,
President of the Treasury Board
and Minister responsible for
Infrastructure, Madame Aline
Chrétien and François Girard,
director of the film



**LAUNCH OF THE FIRST EDITION
OF THE CO-PRODUCTION GUIDE
AT THE 1999 MIP-TV TELEFILM'S STAND,
IN CANNES**

*Micheline Raymond,
Vice-President, Acquisitions,
Development and Distribution,
Communications Claude
Héroux International,
François Macerola, Joanne
Forgues, Vice-President,
Productions Prisma inc.,
Guy Crevier, President and
CEO, Motion International,
Louise Baillargeon, President
and Executive Director of the
Association des producteurs de
films et de télévision du Québec*



*W. Patterson Ferns,
President and CEO
of the Banff
Television Festival and
François Macerola*



*Telefilm's Dorothea Bourret,
Receptionist and
Lise Corriveau, Officer,
International Market*

**TELEFILM CANADA'S STAND
AT THE 1999 ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO (E3)
IN LOS ANGELES**



*Telefilm's 2500 square foot
umbrella stand which hosts
18 Canadian companies*

**ANNUAL ACADEMY OF CANADIAN CINEMA
AND TELEVISION GOLF TOURNAMENT
LED BY HONORARY CHAIRMAN FRANÇOIS MACEROLA,
JUNE 3, 1999**



*Laétitia Cyr, Vice-Chairperson
of the Board of Telefilm,
Francis Fox, President,
Quebec and Eastern Canada,
Rogers Cantel Inc.,
François Macerola*

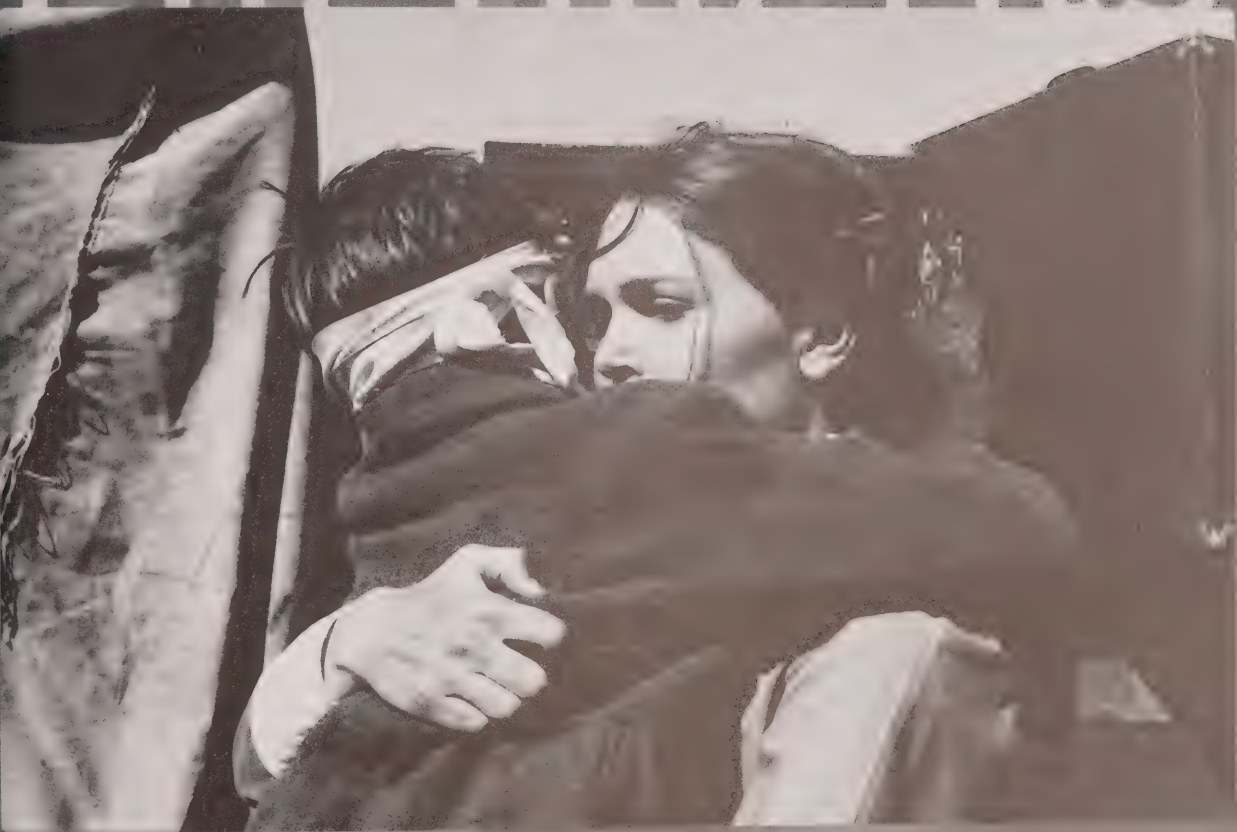


*André Provencher,
President, TVA International*



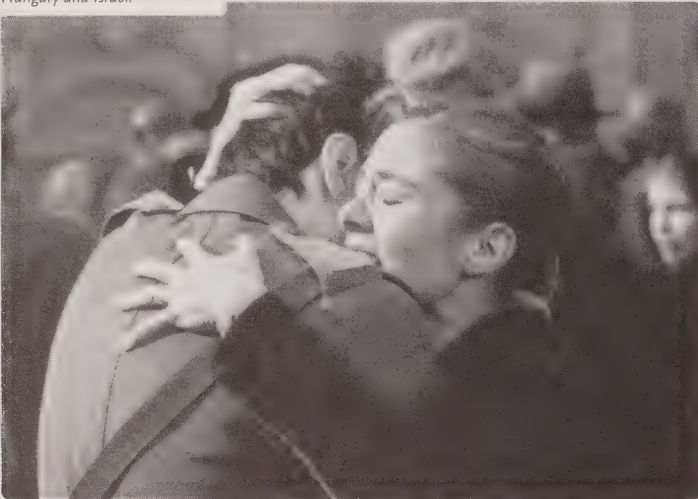
*Andréanne Bourniva,
President, Quebec Division
Academy of Canadian Cinema
and Television, André Lann,
President and General
Manager, Entertainment
and Documentary,
Motion International*

Highlights



December 1917
d. Scott Simpson
Chronicle Pictures
Uniting tragedy, history, and romance, this drama tells the story of a young nurse as she confronts the horror of the Halifax Explosion in 1917. Nominated for a Gemini Award, December 1917 premiered on the Global Television Network.

Anne of Green Gables:
The Continuing Story
d. Stefan Scaini
Sullivan Entertainment
The latest installment in one of Canadian television's most popular series is scheduled to air in January 2000. It has already been sold to some 13 countries and territories, including Australia, Cyprus, Finland, Lithuania, New Zealand, Poland, Denmark, Taiwan, the U.K., the Middle East, Slovenia, Hungary and Israel.



Diva II/Cover Girl II
d. Bruno Carrière,
Jean-Claude Lord
Les Productions Sovimage
More than one and a quarter million viewers tuned in each week to follow the intriguing, outrageous and always fascinating characters featured in this series about the world of high fashion. Thirteen episodes have been sold to CBC Television, while the complete series has been sold to TV5.

POLICIES - TELEVISION AND FILM

Canadian Television Fund: Revamped for Industry, Broadcaster and Audience Benefit

Created in 1996 by the Department of Canadian Heritage and the Canadian cable industry, the Canadian Television Fund comprises two complementary programs: the Equity Investment Program (EIP) administered by Telefilm Canada and the Licence Fee Program (LFP) administered by the CTF. In April 1998, after two years of collaboration, both programs faced serious administrative difficulties due to a sharp upsurge in the number of production applications. The Board of Directors intervened swiftly with financial measures to ensure the completion of priority projects. The summer and fall months were largely devoted to streamlining the Fund's guidelines for 1999-2000 and harmonizing the two programs.

The 1999-2000 guidelines were announced to the industry in December 1998, and information workshops were held in 10 cities in January 1999. The CTF introduced common guidelines and a single application form for both programs, signalling a fully harmonized Fund.

On the whole, the new CTF guidelines favour distinctly Canadian, culturally significant programming. For the first time, they are based on four essential requirements related to Canadian content: story, team, copyright ownership, and shooting and setting locations. These requirements reflect Telefilm's traditional focus.

The two programs share common goals: to prioritize support of prime-time drama; to leverage their dollars against higher licence fees and other sources of private financing, and to ensure that the timing of their joint financing decisions is in line with the industry's production cycles.

For the EIP, the focus is on more transparent partnership with the industry. The EIP has adopted a single evaluation grid for all types of production, which clearly indicates the Fund's project evaluation

criteria and their relative weight. In essence, the criteria are those traditionally used by Telefilm, and they reflect the Corporation's Business Plan priorities: development of small- and mid-size businesses, official-language minority production, regional production, recoupment potential and target audiences. The EIP has not lost sight of the importance of international co-productions and will continue to invest in this area at a level commensurate with prior-year commitments.

For 1999-2000, EIP contribution caps have been revised to enable the Fund to finance the greatest possible number of projects while meeting broadcaster priorities.

In response to industry concerns about the timing of EIP decisions for broadcasters needing answers to prepare their fall schedules, a single February 15 deadline was set for 1999-2000 television applications. By the end of April, EIP financing offers were conveyed to the industry, the applications were then assessed by the LFP, and the CTF's decisions were announced in May. The process went smoothly, and the results will appear in the annual reports of Telefilm Canada and the Canadian Television Fund, in the fall of 2000.

Feature Film Policy Review The industry speaks out!

Canadian filmmakers have many more stories to tell, and they have the skills and the experience to create feature films that the world will want to watch. Significant changes are necessary if our creative talent is to weave new tales and mesmerize cinema and television audiences at home and around the world—as it has for decades. //

Report of the Feature Film Advisory Committee

The Road to Success:
Report of the Feature Film Advisory Committee
Submitted in March 1999 to the Minister of Canadian Heritage, the Honourable Sheila Copps, by whom it was commissioned as part of the Feature Film Policy Review, the Report of the Feature Film Advisory





Committee signals its ambitions with a powerful title: *The Road to Success*. The 13 members of the Committee all work in feature film production, distribution or exhibition; represent all regions of the country; and also possess considerable international expertise.

Their report draws upon a hundred or so briefs and proposals, as well as regional consultations. It cites the cultural importance of Canadian cinema and its many national and international success stories, and the economic role of the audiovisual production sector—some 30,000 direct jobs and an annual injection of \$2.8 billion into the Canadian economy. The report also points out the less than ideal conditions in which the Canadian film industry operates, and the need for increased production and promotion resources. It sets the following objectives for the year 2004:

- an increase in Canadian films' share of screen time from 2% to 10%;
- an increase in the number of Canadian feature films produced each year;
- an increase in Canadian films' share of box-office revenues;
- an increase in the quality of the Canadian films produced;
- an increase in the average budget of Canadian films;
- an increase in support by the public sector for Canadian feature films;
- an increase in investment by the private sector in Canadian feature films;
- and an increase in the strength and quality of Canadian distribution and marketing efforts.

The Committee recommends the creation of a new feature film financing fund and suggests an active role for Telefilm Canada, with its network of domestic and international offices and experience in feature film funding. The Committee further recommends the revamping of the production services tax credit; enhanced partnerships with national cultural institutions, such as the

CBC/Radio-Canada and the National Film Board of Canada; increased involvement from public and private broadcasters; the strengthening of the Canadian distribution sector; and the creation of new instruments to encourage private investment, including a venture capital fund for small- and mid-size businesses.

Telefilm Canada Supports the Feature Film Advisory Committee

The Corporation calls for new funding and proposes a business financing initiative and an industry marketing bureau

A news release issued by Telefilm in May 1999 cited the proposals made by the Corporation in respect of the Feature Film Policy Review. "Telefilm Canada fully endorses the report's conclusions with respect to the need for increased resources and improvements to the production, distribution and promotion of feature films so as to increase their screen time and audience numbers, particularly in our domestic market," said François Macerola, Executive Director of the Corporation.

"We have obtained phenomenal results in the television sector, which enjoys massive investments and regulatory measures that encourage Canadian ownership and content. Telefilm Canada and the Canadian Television Fund currently invest some \$35 million in the production of feature films each year, and Telefilm provides approximately \$15 million in additional support for their distribution, marketing and national and international promotion. That adds up to far less resources for features than for television. Support for these two sectors must be better balanced, particularly since movies, contrary to television, are subject to the laws of a fiercely competitive market. We must secure the means to realize our ambitions.

An Appeal to the Minister of Canadian Heritage for New Funds for Feature Films

"Telefilm is reiterating its support for the industry's request for an additional \$50 million to enable

Touched

d. Mort Ransen
Ranfilm Productions Inc
The latest film from the director of the award-winning Margaret's Museum. Touched stars Lynn Redgrave as a middle-aged woman whose insular life is suddenly rattled by the arrival of a sexy young stranger

Full Circle: The Untold Story of the Dionne Quintuplets
d. Maya Gallus
Insight Production Company Ltd.
Born during the Great Depression, the world's most famous quints became a phenomenal money-making industry. As this program recounts, however, their adult lives were marked by poverty and ill health. Full Circle was awarded a Gold Plaque for Best Documentary at Canpro 1999.



Jenny and the Queen of Light
d. E. Jane Thompson
Queen of Light Productions
Inc./Breakthrough
Entertainment Inc./
Metaphor Enterprises
*This heartwarming tale about
the celebration of Hanukkah
premiered on the Global
Television Network in
December 1998. To date, the
program has been sold to the
Fox Family network in the
United States and Discovery
International in Spain, and dis-
tributed to the United Kingdom
and Europe through interna-
tional distributor Minotaur.*

The Divine Ryans
d. Stephen Reynolds
Imagex Ltd.
*Set in St. John's,
Newfoundland in 1966,
this Canadian-German co-
production tells the story of
nine-year-old Draper Ryan, a
hockey-loving boy struggling to
free himself from the stubborn
grasp of his eccentric family.
The Divine Ryans will be
released in the fall of 1999.*

Canadian cinema to attain the critical mass needed for real growth, and we are appealing to the Honourable Minister to respond to this recommendation as quickly as possible. Ms. Copps has clearly indicated a desire for change, and has shown great vision and courage by creating the Canadian Television Fund and the Multimedia Fund. For these reasons, I am confident that she will have good news to announce in the fall.

Telefilm Canada Proposes New Solutions

"We want to partner with the Canadian financial and audiovisual sectors to establish a business corporation. This initiative will provide Canadian audiovisual production and distribution companies with financial and other services and products tailored to their specific needs.

"Regarding feature film distribution and promotion, we believe that setting up a marketing office would best highlight Canada's industry and its products on both domestic and international markets. The extensive experience of the theatrical exhibitors, whom we tend to ignore, should also be put to greater use. And we need to re-examine the role of Canada's public and private broadcasters in the production, distribution and marketing of Canadian movies. That role must be expanded, as we pointed out at the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) hearings on the future of Canadian television."

Creating a Canadian Model

The real challenge, according to François Macerola, is to create an original Canadian model. "We certainly need new resources," he said, "but we also need the imagination to create a Canadian model, one that is effective and reflects our priorities. Creating our own model means preserving the special character that makes Canadian cinema unique, and helping it



to develop and mature. This also implies a wide range of films that lends a voice to both eminent filmmakers and bold new talent, and which has many sources of inspiration. Everything leads me to believe that this can be achieved, because we have already done it successfully for television and because originality is a hallmark of Canada's industry. Canadian film enjoys an excellent reputation, but the best is yet to come."

PRODUCTION AND DEVELOPMENT:

Record Numbers

Support for 588 new projects

Total budgets of \$550 million

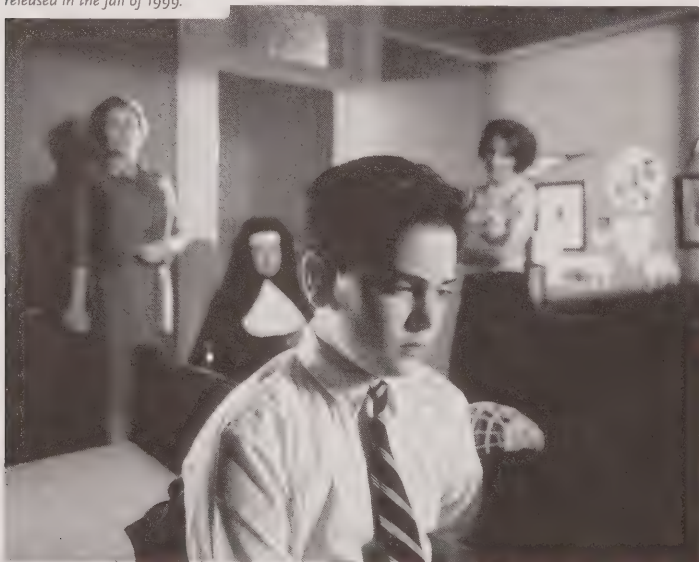
In 1998-99, Telefilm Canada allocated \$134 million—a record amount—to the development and production of 588 new feature film, television and multimedia projects. Investments in television and film were up, reflecting vigorous industry activity. In addition, the creation of the Multimedia Fund enabled the Corporation to increase its contribution to products with high levels of Canadian content.

This contribution breaks down as follows:

- Equity Investment Program (EIP) of the Canadian Television Fund: \$104.9 million;
- Feature Film Fund: \$20.7 million;
- Multimedia Fund: \$4.9 million (this fund also includes amounts for marketing);
- Production Revenue Sharing Program: \$1.6 million;
- Co-production mini-treaties with France: \$1.6 million;
- Regular Fund: \$378,000.

The Corporation supported 588 projects: 276 in production and 312 in development. This compares with 506 projects the previous year.

These projects represent production activity totalling more than half a billion dollars, which translates into some 17,000 direct and indirect jobs nationwide.



Telefilm participated in those projects having the highest Canadian content and cultural significance, the greatest likelihood of broad audience reach, and the best potential for returning the Corporation's investment.

Linguistic Breakdown

The Corporation provided equitable support for production in both official languages: 65.1% to projects in English and 34.2% to projects in French. In keeping with the mandate of the Equity Investment Program, a \$1-million envelope was devoted to Aboriginal-language production. The projects supported this year speak in 16 different Aboriginal languages and include a first international co-production: *Les Filles de Shimun* made with France.

Regional Breakdown

Creative talents from all regions help to express Canadian culture in film, television and multimedia productions. Telefilm allocated 72% of its resources to projects from Montréal and Toronto, while 28% went to projects from Western and Atlantic Canada and Quebec and Ontario cities other than Montréal and Toronto. The Western region reaped 19% of overall Telefilm participation and the Atlantic region, 8.3%.

Over the past three years, the portion of Telefilm resources devoted to regional production has risen steadily: in 1996-97 it was 26% and in 1997-98, 27%.



Development

The development and scriptwriting of high-quality projects are Telefilm priorities. During fiscal 1998-99, development assistance rose to \$8.4 million, up from \$7 million the year before. This increase is in part attributable to the new Multimedia Fund.

It should be noted that, because of the Corporation's diminished revenues, the Commercial



Mentors

Anaid Productions Inc
Minds Eye Pictures
The pilot episode of this series, which brings history to life for young viewers, has won several awards, including a 1998 AMPIA Award for Best Dramatic Production, Best Director and Best Editor, and a Silver Award from the 1998 WorldFest-Houston International Film Festival

Production Fund was shut down this year and the resources of the Production Revenue Sharing Program (PRSP) reduced. The list of companies having received PRSP support is available on Telefilm's web site.

Reaching viewers and users

Canadian films, television programs and multimedia products must reach the largest possible audiences at home and abroad.

National and International Marketing

Through the Canadian Production Marketing Assistance Fund, the Corporation contributed \$1.5 million to domestic and international marketing projects. Close to \$800,000 went to national marketing for market tests, advertising and promotion related to feature film releases, and various other initiatives. International marketing was supported with \$700,000 to promote Canadian features abroad: promotional campaigns, advertising in trade publications and marketing activities at venues such as MIPCOM, NATPE and MIP-TV.

It should be pointed out that the Multimedia Fund includes a marketing component and that the Feature Film Distribution Fund provides assistance for feature film marketing within Canada.

Dubbing

Dubbing ensures wider circulation of films and television programs in both official languages. It gives Canadian audiences greater access to Canadian works in the language of their choice. This year, 34 films and television programs were dubbed into one or other official language, for a total of \$2.2 million; 72% was allocated for dubbing into French and 28% for dubbing into English. Of the total amount, 94% was devoted to productions for television, with 6% going to productions for movie theatres.

The True Meaning of Crumbfest

d. Ed Lee and Laura Shephard
Cellar Door
Productions/Catalyst
Entertainment
This heartwarming children's special about the mystery of Crumbfest, a magical event that coincides with Christmas has been sold to 14 countries and territories to date, including the U.S., the U.K., Latin America and the Middle East. As a result of its success, the special is being turned into a series of 13 half-hour episodes

TELEFILM CANADA:

A LONGSTANDING COMMITMENT TO CANADIAN CINEMA

Founded in 1967 as the Canadian Film Development Corporation, Telefilm has been the principal partner of Canada's film industry for more than 30 years. In 1986, the creation of the Feature Film Fund provided new impetus for Canadian cinema. And in 1996, the launch of the Canadian Television Fund, with its \$15-million envelope for feature films, enabled Telefilm to increase its support for Canadian filmmaking talent.

In this way, Telefilm has contributed to the creation of 750 features, many of which—such as works by Claude Jutra, David Cronenberg, Jean Pierre Lefebvre, Bill Fruet, Don Shebib, Claude Fournier, Gilles Carle, Phillip Borsos, Mireille Dansereau, Don Owen, André Forcier, Denys Arcand, Anne Wheeler, Francis Mankiewicz, Micheline Lanctôt, Allan King, Michel Brault, Atom Egoyan, Jean-Claude Lauzon, Patricia Rozema, Léa Pool, Bill McGillivray, Lynne Stopkewich, Guy Maddin, Bruce McDonald, Don McKellar, Mina Shum, Robert Lepage, Thom Fitzgerald, Denis Villeneuve and Manon Briand—are shining examples of Canadian cinema. Each year, the Corporation provides assistance for works by first-time feature directors, thus fostering the next generation of distinguished filmmakers. Proportionate to the country's population, Canadian cinema is among the best represented in international festivals and markets.

Over the years, Telefilm has developed unique expertise in film financing, markets and international relations, which is reflected in high-quality, original, diversified productions with ample Canadian content that appeal to audiences at home and abroad.

Feature Films 1998-99: Telefilm Allocates \$34.2 Million for 45 Features

Feature films enjoy a place of honour at Telefilm. In fiscal 1998-99, the Corporation provided support for the production of 45 features with combined budgets of \$177.3 million. Telefilm's financial contribution—\$34.2 million—was allocated chiefly through the Canadian Television Fund and the Feature Film Fund, with additional amounts coming from the Regular Fund, the Corporation's Production Revenue Sharing Program and mini-treaties with France. Altogether, the Corporation devoted 64% of these resources to productions in English and 36% to productions in French.

Eight of these films are co-productions involving one or more of the following countries: France, Switzerland, the United Kingdom, Hungary, Germany, Poland and Norway. Five are majority Canadian co-productions.

Telefilm support went to widely diverse projects. Comedies, intimate stories, historical, futuristic and fantasy films, morality tales, social dramas, road movies and experimental works: Canadian features are rooted in fertile ground. They deal with people of all ages and all social conditions and introduce Canadian characters of all origins. Their inspiration comes from the worldview and imagination of Canadian creators, yet their interest and style are universal. They appeal to audiences around the world with words, images, characters and stories that are truly Canadian.

The Corporation also contributed to films with widely varying budgets. The following is a breakdown by production cost, including the foreign share of co-productions in which Canada was a minority partner:

- \$25 million and up: 3 projects – *eXistenZ*, *Taste of Sunshine* and *La Veuve de Saint-Pierre*;
- \$10 – 25 million: 1 project – *15 Moments*;
- \$5 – 10 million: 2 projects – *Ladies Room*, *Misery Harbour*;
- \$2 – 5 million: 17 projects;
- \$1 – 2 million: 3 projects;
- \$1 million or less: 18 projects.

The six projects with budgets exceeding \$5 million are all co-productions. Four projects had budgets of less than \$100,000; these films were financed through Telefilm's Regular Fund, which serves to encourage experimental works and first features, generally produced outside the major centres.

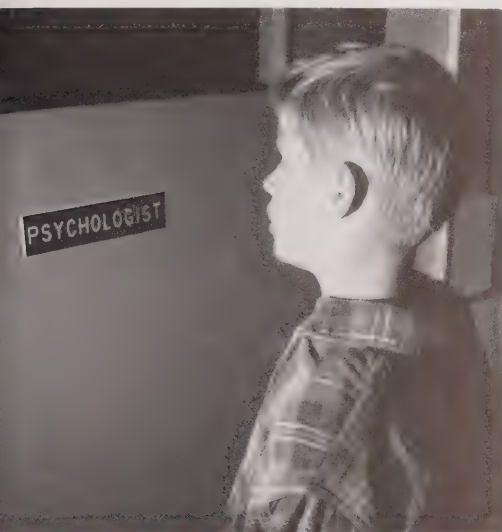
Excluding the foreign share of co-productions in which Canada was a minority partner, the average budget of the feature films assisted by Telefilm this year was \$2.9 million.

Telefilm Canada is also an important partner for Canadian producers in the area of scriptwriting and project development for feature films. Telefilm assisted 85 such projects this year, covering 39% of their combined budgets. Among them are tomorrow's hits, both in theatrical release and on television!

Further information appears in the sections devoted to the CTF's Equity Investment Program and Telefilm Canada's Feature Film Fund.

COMMUNICATIONS AND PUBLIC AFFAIRS

In 1998-99, Telefilm's Communications and Public Affairs department helped to enhance the visibility of Canada's film, television and multimedia industry at home and abroad. To promote Canadian talent, it orchestrated information and promotional activities, produced a variety of publications, organized events and expanded the Corporation's web site.



The department was active in revamping the Canadian Television Fund, working in collaboration with the CTF Board of Directors, Telefilm's board, senior management and regional offices; and the CTF's Toronto-based Licence Fee Program team. This required frequent communication with the industry and the media to ensure that the Fund's orientations for 1999-2000 and the operational changes to the two programs were effectively conveyed. Telefilm was guided by two objectives in this process: to make its operations more transparent and to establish a more effective partnership with the LFP so as to augment industry, broadcaster and audience benefit from CTF resources.

Communications and Public Affairs also provided support for the Corporation's national and international promotional strategies for feature films. The screenings organized by Telefilm for members of the Canadian Parliament and foreign dignitaries, for instance, have proved to be an excellent tool for raising awareness of Canadian cinema, fostering contact between government decision-makers and the industry's business and creative players. Indeed, in light of the success of these screenings, which included *The Red Violin* by François Girard, the industry has begun organizing its own Ottawa screenings, with Telefilm assistance. The Corporation applauds this initiative, and will ensure that these events serve the cause of Canadian cinema and reflect a linguistic and regional balance.

Markets and festivals are excellent showcases for Canadian production. The department promotes the industry in these venues by spotlighting the participating companies and productions. Media briefings, advertising, welcome messages, in-depth articles and interviews with Telefilm management all serve to enhance the positioning of Canadian production in such competitive environments. As part of consolidating the Corporation's interventions abroad, the administration of the International Festivals Bureau has been transferred to the International Relations Department; however, Communications and Public Affairs will continue to handle all international communications activities.

Telefilm facilitates the implementation of regional communications strategies that produce more dynamic relationships with the industry in every area of the country. Two consultants, one in Vancouver and the other in Halifax, help to decentralize Telefilm's communications services. A third consultant in Toronto will complete this initiative in the coming year.

Telefilm will be putting special emphasis on the remarkably active multimedia industry in fiscal 1999-2000. The growth of this industry should be abundantly promoted both nationally and internationally.

A list of publications produced by or with the assistance of the Communications and Public Affairs Department appears at the end of the Highlights section.

An Indispensable Address: www.telefilm.gc.ca

Telefilm's web site opens the door to the Canadian film, television and multimedia industry. The number of visitors rose by 33% this year, and the number of users is also on the rise; more than half of both are from other countries.

The Corporation's site covers the organization, festivals, international affairs, financing, Canadian productions, the industry and the latest news from Telefilm. It provides access to the Canadian Television Fund site, with direct links to CTF guidelines and news

Jericho: Walls of Silence

d. Glynis Whiting
Aria Productions Inc./
Whiting Communications Ltd
For more than a decade, authorities at Jericho High School for the Deaf had evidence that abuse was occurring in their midst, but did nothing to stop it. This documentary looks at one student who spoke out against his ordeal and uncovered a system's dark secrets. The program premiered on CBC Television in March 1999.

Milgaard

d. Stephen Williams
Barna-Alper
Productions/Marble Island
Pictures/Bar Harbour Films
Milgaard tells the dramatic true story of a man who spent 23 years in jail for a murder he did not commit. The program has been sold to Belgium, Bolivia, German-speaking Europe, the Netherlands, Italy, Spain, Paraguay, Latin America, the Caribbean and the Middle East.



releases. Also on-site is an up-to-date list of calls for festival entries and another identifying Canadian films shown in international festivals. The Industry Directory provides links to the sites of some 100 major players in the Canadian audiovisual sector. Most of the documents listed in the Publications section of this annual report are available on the Telefilm site.

Coming soon: more links between the Telefilm site and Canadian and foreign sites of related interest; searchable catalogues (by director, producer, etc.); and a graphical user interface to allow for direct entry of data into site-based application forms. www.telefilm.gc.ca aims for user-friendly efficiency!



The Genius of Lenny Breau

d. John Martin
Buffalo Gal Pictures
Inc./Sleeping Giant
Productions Ltd.
This documentary about the legendary Canadian guitarist won the Silver Screen Award at the 1999 U.S. International Film and Video Festival in Elmhurst, Illinois, and was also nominated for a Rockie Award at the 20th Banff Television Festival. The program premiered on BRAVO! in April 1999, garnering above-average ratings for its time slot.

Canadian Festivals: Springboards for Canadian Productions

Telefilm Canada supported 29 Canadian festivals in 1998-99 through the *Canada Showcase* program. This program assists major national events—the Montreal World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival and the Banff Television Festival—and 25 regional or specialized festivals, which showcase documentaries, shorts, arts programming, animation, production for children, Aboriginal production, new technologies, independent production, experimental works and more.

All of these festivals serve as springboards for Canadian production, and provide Canadians in all regions with enhanced access to Canadian and international productions.

The Corporation allocated \$1.9 million to these events. Five festivals were added to the program this year, four of which serve children. *Canada Showcase* now includes seven festivals dedicated to promoting Canadian and foreign films to youth audiences. All of these events are aimed at enlarging the cultural and social horizons of young people through the presentation of high-quality films. They take place

in Rimouski, Montréal, Saskatoon, Winnipeg, Toronto and Vancouver.

Three festivals offer programming in the official minority language of the province where they are held, allowing audiences to see films to which they otherwise would not have access. They are Freeze Frame, a bilingual festival held in Winnipeg; the Festival international du cinéma francophone en Acadie, held in Moncton and in Dieppe; and Cinémental, held in Winnipeg and St. Boniface.

Canadian festivals are increasingly pivotal to the business plans of Telefilm's regional offices. Accordingly, the *Canada Showcase* program was transferred to the Canadian Operations department in May 1999. Communications and Public Affairs will continue to work with that department to ensure the highest visibility for Canadian productions.

Telefilm Canada Awards at Canadian Festivals

Telefilm awarded 17 prizes totalling \$169,000 in 10 Canadian film, television and video festivals. In addition, a \$5,000 grant was awarded to a participant in the *Course Destination Monde* competition, in its final season on Radio-Canada.

In recognition of the 50th anniversary of the Universal Declaration of Human Rights, Telefilm created two special awards at the 1998 Banff Television Festival. The award for the best Canadian television production in English or French dealing with human rights issues went to *Sleep Room/Pavillon de l'oubli* by Anne Wheeler; the award for the best Aboriginal television production in English, French or an Aboriginal language dealing with human rights issues went to *Native Veterans: A Warrior Story* by Joe Beardy.

Seven of the 17 Telefilm Canada Awards recognize new Canadian talent in shorts and medium- and feature-length creations. Those presented at the Vancouver and Halifax festivals honour production excellence from Western and Atlantic Canada.



Stories From the Seventh Fire

d. Greg Coyes,
Tantoo Cardinal
Storytellers Productions Inc.
Writer-director-producer Greg Coyes was honoured for his work on this children's program at the 1999 Banff Television Festival. He received the Telefilm Canada/Television Northern Canada Award for Best Canadian English-language/French-language Television program produced by an Aboriginal person.



The Corporation further encourages Aboriginal production with two prizes awarded annually at Banff.

Established in 1996, the Telefilm Canada Awards traditionally have been contributions to the development or production of future works eligible for funding from the Corporation. Telefilm will assess this formula in 1999-2000 to ensure that the awards are of maximum benefit to the industry.

INTERNATIONAL RELATIONS

As a Crown Corporation, Telefilm is mandated to promote Canadian culture abroad and assist in developing solid international partnerships. This mandate was a priority in 1998-99.

Through its International Relations department, the Corporation offers the industry up-to-date expertise and a wide range of services relating to co-productions and international markets and festivals. Its Paris office contributes to strengthening ties with the European community. The department also supports industry initiatives aimed at developing new markets, notably in Asia and Spanish-speaking countries. With the co-operation of Telefilm's Canadian offices, it has made the Corporation's international development instruments accessible to companies in all regions.

To broaden the impact and perspective of its activities, the International Relations department is now responsible for international festivals, formerly part of the Communications department.

The results of industry consultation on the Paris office were positive. The industry considers it important to have a base in Europe, where most of its foreign partners are located. Further to industry recommendations, the Corporation will continue to participate in major European debates at such venues as the Strasbourg Forum and the audiovisual policy conference in Brussels.

The Paris office took part in a number of European events this year, including the Festival d'Annecy, where

Telefilm and TV France International celebrated 10 fruitful years of France-Canada animation ventures, and the Rendez-vous international des scénaristes, attended by several Canadian scriptwriters.

An immersion workshop was organized in London for 25 Canadian documentary professionals, and a similar event is scheduled to take place in Paris in November.

International Co-productions: Instruments for Developing Quality Five New Co-production Agreements

Five new co-production agreements were signed in 1998-99—with Cuba, Finland, Norway, the Philippines and Singapore—and the agreements with Spain and Germany were expanded to include television and multimedia.

To date, 46 agreements have been signed with 54 countries. Co-production is a means to achieve quality, as seen in such recent works as *The Red Violin*, *Emporte-moi*, *eXistenZ*, *Insectia* and *The Worst Witch*. Through a variety of initiatives, such as the Mixed Commissions held with Germany and Spain this year, Telefilm ensures that agreements are updated as needed to reflect industry evolution. Half of the agreements now apply to multimedia, in addition to television and film. The minimum financial participation for minority partners is tending downwards, from 30% to 20%, so as to increase financing flexibility.

Telefilm is recognized for the pertinence of its international policies in a global market environment. The Corporation works in conjunction with its foreign partners to develop new policies to foster international alliances, and increasingly is focusing on multilateral agreements such as the European Media II and Eurimages. Telefilm also favours the signing of a multi-cultural co-operation agreement between Canada and the European Community, and is studying the possibility of joining the Ibero-America program, which includes Portugal and 11 Latin American countries.

eXistenZ

d. David Cronenberg
Alliance Atlantis
Communications Inc
Acclaimed director David Cronenberg's latest feature, a futuristic cyber-thriller starring Jennifer Jason Leigh, premiered at the 1999 Berlin Film Festival, where it won the Silver Bear Award. To date the film has earned more than \$1.5 million at the Canadian box office

The Worst Witch

d. Andrew Morgan,
Stefan Pleszczyński
Galafilm
A Canadian-U.K. co-production, this action-packed comedy series for young viewers is based on the best-selling books by Jill Murphy. To date, the series has been sold to nine countries, including the United States, where it will be broadcast by HBO. This show ranked number one among all children's programs in the U.K.





Flightpath III Screenlife Inc.

This series on aviation has consistently drawn ratings in the 80,000 to 120,000 range among viewers aged 18-49, significant for specialty channels. Series one and two have been sold to the United States, the United Kingdom, Germany, France and the Middle East, while series three recently completed its initial run on the Discovery Channel.

Certification of 131 Co-production Projects with Combined Budgets in Excess of \$850 million

This year, the Co-productions division certified 131 co-production projects representing total production costs of more than \$850 million. This exceptional figure is in part attributable to the CTF deadlines for fiscal 1999-2000: under the new guidelines, all applications for advance rulings had to be submitted before the end of January 1999. Consequently, a portion of this year's results concerns 1999-2000 projects.

France and the United Kingdom are Canada's leading co-production partners. In fact, 90% of Canadian co-productions are made with European countries. This year's projects involved, among others, Germany, Japan, Luxembourg, South Africa, Norway, Ukraine, the Czech Republic, Switzerland and Iceland. Of note is the marked increase in children's program and documentary co-productions.

Telefilm Allocates \$9.5 Million to Co-productions in Development and Production

Each year, in addition to its certification responsibilities, Telefilm invests in a number of projects of particular cultural interest. In 1998-99, the Corporation committed \$9.1 million to the production of 20 co-production projects with budgets totalling \$167.4 million. An additional \$400,000 went to co-production development projects, including eight with France through the mini-treaties and one with the United Kingdom under the *English-Language Cinema Plan*.

International Markets: Record Canadian Participation

Telefilm Canada now takes part in nine markets, compared to five in previous years:

- three television markets: MIP-TV and MIPCOM in Cannes and NATPE in Los Angeles;
- three film markets: the Berlin International Film Festival, the Cannes International Film Festival

and the Independent Feature Film Market in New York;

- three multimedia markets: MILIA in Cannes, E3 in Los Angeles and MIM in Montréal.

Canada is a leading player at these markets.

The industry presence at Telefilm's 'umbrella' stand continues to grow, rising from 44 to 56 to 72 companies over the past three years. Most are small- and mid-size businesses, representing all regions of the country. Telefilm provides them with a vast network of contacts and unique expertise in international relations. Markets are crucial to selling products, purchasing distribution and broadcast rights, setting up and closing co-production deals and prospecting financial partners. They provide a broader view of international trends and a means of establishing effective development strategies.

Telefilm returned to the Market in Berlin this year, as the Berlin Festival has proven pivotal to positioning Canadian feature films in Europe and developing European partnerships in this area. And for the first time, recognizing their importance to the development of Canadian talent, the Corporation took part in three multimedia markets to ensure that Canadian products benefited from exposure equal to their quality.

Telefilm wears many hats at these markets: hosting, promoting, providing logistical services, organizing events and meetings and participating in conferences or talks with foreign government delegations and co-producer associations.

1,171 Entries in 104 International Festivals and Events

Integrated into the International Relations department in October 1998, the International Festivals bureau continues to act as an agent for Canadian products in foreign festivals. Each of the department's professionals is specialized in a specific type of production: low-budget films, specialty films, documentaries, animation, etc. Currently, the staff is developing expertise in multimedia and Aboriginal-language production.



The Five Senses

d. Jeremy Podeswa
Five Senses Productions Inc.
Told through a series of interwoven stories, each relating to one of the five senses, Jeremy Podeswa's second feature was presented in the Directors' Fortnight section of the 1999 Cannes film festival.

In 1998-99, the bureau handled 1,171 entries in 104 international festivals and events—a significant jump from 972 the previous year. Canadian productions garnered some 30 coveted international awards.

The bureau facilitated selection by organizing screenings of 441 films, television programs and videos for festival representatives. For 15 films selected by festivals, it also provided assistance for subtitling in English, French, Spanish and German. In addition, it enabled 39 Canadian directors to promote their works at major festivals, and collaborated in organizing retrospectives of Canadian cinema in such places as Mexico, France, Latvia, Catalonia, the United States and Taiwan.

Asia-Pacific Initiative

Through the *Asia-Pacific Initiative* program, created in 1998 and managed by the Vancouver office, Telefilm contributes to the development of Asian market opportunities. An important step in this direction was taken in fiscal 1998-99 with the visit of a Canadian delegation to China, headed by François Macerola and composed of provincial representatives.

Since that time, relations with China have intensified. A joint public- and private-sector task force has been set up to ensure continuity in the areas of co-production, export and import. In November 1998, a delegation of Chinese studio heads visited Montréal, Toronto and Vancouver. The focal point of the mission was the signing of the first animation co-production deal, for *Rumble & Growl*, between the Shanghai Animation Studio and CINAR (Montréal). Other projects are now in the making, especially in the documentary sector. Another noteworthy first: China's private sector aired some 20 Canadian films on the pay-TV Movie Channel, which reaches in excess of 20 million households. Lastly, the 1999 Banff Television Festival and Telefilm Canada organized a Focus on China as part of the Festival's 20th anniversary events.

TELEFILM PUBLICATIONS:

Indispensable National and International Resources

Telefilm's Communications and Public Affairs department produces a number of information and promotional publications. These documents are available on the Corporation's web site (www.telefilm.gc.ca); in response to client request, some are produced in print version. Telefilm also provided support for private- and public-sector publications during the year.

Telefilm Information

CTF Activity Report

In addition to the Corporation's annual report, Telefilm Canada co-publishes the Canadian Television Fund's annual *Activity Report*. This report contains fiscal-year highlights and data analysis as well as the complete list of productions and development projects supported by the CTF. It is available at all Telefilm offices or from the CTF (1 877) 975 0766.



1997-2000 Business Plan – Towards the New Millennium

Currently, all of Telefilm Canada's operations are guided by this business plan, which sets out the Corporation's mandate, goals and strategies. A five-year business plan is in preparation; highlights will be published in the fall of 1999.

Annual List of Telefilm Commitments

This document lists projects by fund, program and language. Information for each project includes producer, director and writer names, distribution company, city of origin and the amount of Telefilm's financial participation.

News Releases

Each year, Telefilm publishes some 60 news releases on subjects such as fiscal year highlights, the Telefilm Canada Awards, Canadian participation at festivals and markets, special events and the Corporation's quarterly commitments. Telefilm is also involved in the publication of CTF news releases.

Canadian Industry

Directory of the Canadian Film, Television, Video and Multimedia Industry

This directory lists audiovisual industry-related federal and provincial departments and organizations, cultural bodies, professional associations, production, distribution and export companies, laboratories and production services, broadcasters, funding agencies and Canadian festivals, with relevant contact names and information for each one.

Telefilm Supports Multimedia Canada 1999

This year the Corporation provided sponsorship for *Multimedia Canada*, the first Canadian multimedia industry resource guide, which includes 3,000 entries on multimedia production, distribution, equipment and service companies, training and research centres,

Incredible Story Studio III

Minds Eye Pictures/
Vérité Films

This show, which turns stories written by kids into 10-minute dramas, is the number one program in Canada in its time slot among children aged two to 11. The series has been sold to more than 50 countries and territories around the world including the U.K., France, Germany, South Africa, Latin America, the U.S., Australia, New Zealand, Sweden, Spain, the Middle East and Africa

associations, and related professionals (legal, scriptwriting, specialized insurance). The guide is published by Canadashow.com, a subsidiary of *QuiFaitQuoi* magazine.

Telefilm and the OFDC Launch Canadian Production Finance: A Producer's Handbook

This handbook for small and mid-size companies deals with all aspects of production financing and offers practical examples. It facilitates contact with funding agencies, banks, lawyers, accountants and other resources. Written by Kathy Avrigh-Johnson, it can be purchased from the Ontario Film Development Corporation.

International Relations

Zoom International

Zoom Europe, a European market information bulletin, has been renamed *Zoom International* and now includes a regular section on Asian markets. This bilingual publication is produced by the Paris office in co-operation with the Vancouver office, which heads Telefilm's *Asia-Pacific Initiative*.

European Industry Guides

The Paris office publishes and regularly updates guides to the French, German, Italian and Spanish industries.

Canada-Asia Directory

Published by the Vancouver office, the *Canada-Asia Directory* contains contact information for some 150 Canadian professionals who are familiar with an Asian language or culture or have work experience with an Asian partner.

Co-production Guide – Partnering with Canada

Telefilm launched its first co-production guide at the 1999 MIP-TV. It contains full information on co-production with Canada, including co-production guidelines, the list of co-producing countries and profiles of Canadian companies active in co-production. This publication was produced by Telefilm with the co-operation of the industry.

Catalogues of Telefilm-Supported Productions

Each year, Telefilm publishes catalogues of the productions that it supports. Reflecting the growing volume of production, four catalogues were produced in 1999: one for drama, variety shows and children's programming; one for documentaries; one for multi-media products; and one for feature films. They list more than 250 productions and provide contact information, synopses, photos, and director bios for features.

Television



Caserne 24
d. Jean Bourbonnais,
François Côté
Les Productions Sovimage
This popular series explores the day-to-day lives of the fire-fighters at Station 24—men and women who share everything: the dangers of the job, personal problems, as well as good times. The show attracted more than one million viewers each week.

EQUITY INVESTMENT PROGRAM

Projects contracted – Production, scriptwriting and development

| | NUMBER OF PROJECTS* | TOTAL BUDGETS** In thousands of dollars | TELEFILM CANADA In thousands of dollars | LINGUISTIC BREAKDOWN % |
|---------------------------------|------------------------|--|--|------------------------------|
| French | | | | |
| Production | 74 | 151,495 | 33,522 | |
| Amendments – production*** | – | – | 502 | |
| Subtotal | 74 | 151,495 | 34,024 | |
| Scriptwriting and development | 61 | 3,975 | 1,468 | |
| Amendments – development*** | – | – | 179 | |
| Subtotal | 61 | 3,975 | 1,648 | |
| Subtotal – French | 135 | 155,470 | 35,672 | 34.0 |
| English | | | | |
| Production | 118 | 279,544 | 66,404 | |
| Amendments – production*** | – | – | -127 | |
| Subtotal | 118 | 279,544 | 66,277 | |
| Scriptwriting and development | 114 | 5,036 | 1,872 | |
| Amendments – development*** | – | – | 86 | |
| Subtotal | 114 | 5,036 | 1,958 | |
| Subtotal – English | 232 | 284,579 | 68,235 | 65.0 |
| Aboriginal Languages | | | | |
| Production | 11 | 2,839 | 934 | |
| Amendments – production*** | – | – | – | |
| Subtotal | 11 | 2,839 | 934 | |
| Scriptwriting and development | 5 | 140 | 65 | |
| Amendments – development*** | – | – | – | |
| Subtotal | 5 | 140 | 65 | |
| Subtotal – Aboriginal Languages | 16 | 2,979 | 1,000 | 1.0 |
| Total | 383 | 443,028 | 104,907 | 100.0 |

* Includes eight projects that also received funding through the Feature Film Fund.
** Includes total co-production budgets.
*** The amendments include increases and decreases in commitments from previous years.

EQUITY INVESTMENT PROGRAM CANADIAN TELEVISION FUND

Canadian Television Fund:

Nearly \$210 Million and 2,278 Program Hours for the Canadian Public

Canadian television and feature film producers worked wonders in 1998-99. Backed by nearly \$210 million from the Canadian Television Fund, they financed more than 430 new works representing 2,278 program hours. Seventy-two public, private, educational, specialty and pay television broadcasters across the country will air these productions, making them available to Canadian viewers in prime time throughout the year.



To go from an original idea to the national and international broadcast of a finished product often takes years of collective effort, with writers, directors, producers, crews, casts and broadcasters all working to meet the high standards of quality that characterize Canadian television. To produce such a large volume of programming requires substantial resources, first and foremost those of the Canadian Television Fund.

One Fund, Two Programs, Including the Equity Investment Program Administered by Telefilm Canada

Since 1996, the CTF has been fundamental to the growth of the Canadian industry. Created by the Canadian government and cable industry, this fund is composed of the Licence Fee Program (LFP), which provides licence fee top-ups, and the Equity Investment Program (EIP), which operates on the basis of investments, loans and advances for production and development projects. Telefilm Canada takes pride in its key role as a cultural investor and administrator of the EIP within the Canadian Television Fund.

The CTF's results for fiscal 1998-99 are striking: a record number of projects, ample Canadian content, highly diversified programming that satisfies an

increasingly demanding public, support for companies of all sizes and from all regions of the country, and success stories at home and abroad.

The EIP: An Ambitious Mandate

The EIP has a budget of \$107.5 million: \$50 million from the Corporation's former Canadian Broadcast Program Development Fund and \$57.5 million granted by the Department of Canadian Heritage.

In 1998-99, this budget included a \$15-million envelope earmarked for feature films, composed of licence fee top-ups and investments, and a \$1-million dollar envelope reserved for Aboriginal-language productions. The EIP also contributes to new development and scriptwriting projects, laying the groundwork for tomorrow's television programming.

The following expands on the principal results of fiscal 1998-99.

Record 383 Production and Development Projects

Telefilm Canada commitments through the Equity Investment Program in 1998-99 totalled close to \$105 million. They provided considerable leverage, enabling the development and production of a record number of projects: 383 compared to 321 the previous year.

The overall budgets of these projects, including EIP participation and other Canadian and foreign contributions, amounted to \$443 million.

Nearly 850 Hours of Production on Canadian Screens

The EIP serves the interests of the Canadian public through support for a wide variety of television programs and feature films. In 1997-98, 748 hours were produced for television; this year, Canadians will have access to nearly 850 new hours of production, an increase of 14%.

The increased production hours pertain to children's programs in English and French, and English-language drama and documentaries.

J.R. Smallwood: A Biography

d. Barbara Doran

Morag Productions Inc

This documentary looks at the life of one of Canada's most colourful and controversial politicians, Joseph "Joey" Smallwood, the man who was instrumental in bringing Newfoundland into Canada in 1949. The program was broadcast nationally in March 1999 on CBC Television's Life & Times series

Treasures of the Wild III

d. Andrew Manske and
Doug Steele

Karvonen Films Ltd

The third installment of this series, which will be broadcast on Discovery Channel in the fall of 1999, takes viewers to five places in Alaska, Alberta and British Columbia renowned for their natural beauty and abundant wildlife. Series I and II have been sold to several countries, including the United Kingdom, the United States, Iran, Spain, Argentina and Costa Rica





Cornemuse
d. Various
Téléfiction Productions inc.
A favourite among preschoolers, Cornemuse and its animal characters have been spun off into a variety of related products—videos, sleep wear, play clothes—testifying to the show's enormous popularity.

A number of projects enjoyed the participation of more than one broadcaster, increasing their on-air exposure and making them more accessible to Canadian audiences. As a result, the 850 production hours translate into 1,123 broadcast hours around the country, as illustrated in the Viewer Access table.

Canadian and International Production Financing

On average, the EIP is the principal investor in the productions that it supports. This year, EIP participation represented 25% of the television program and feature film budgets. As indicated in the Analysis of Financial Participation table, a number of projects also received assistance from the Licence Fee Program and other Telefilm funds and programs.

Overall, contributions from the two CTF programs and Telefilm accounted for 40% of production costs, the same proportion as last year.

However, Telefilm and the CTF encourage producers to diversify their financing sources and develop new alliances. This enhances the financial viability of Canadian companies, making them more attractive to financial institutions, while at the same time enabling Telefilm and the CTF to support a wider range of projects from one year to the next.

Broadcaster contributions rose to 19.3% of production costs, up from 17.8% the year before. For the most part, the increase benefited drama and feature films.

Contributions from distributors and the private sector (producers, producer-related, private assistance

ANALYSIS OF FINANCIAL PARTICIPATION

Production only – New projects contracted

| CATEGORIES | NUMBER OF PROJECTS* | HOURS OF PRODUCTION | TOTAL BUDGETS | BUDGETS** | CTF – EQUITY INVESTMENT PROGRAM | | FEATURE FILM FUND | | TELEFILM CANADA OTHER FUNDS (PRSP AND MINI-TREATIES) | |
|----------------------|---------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------------------|------|----------------------------|------|---|-----|
| | | | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| | | | | | | | | | | |
| French | | | | | | | | | | |
| Drama | 17 | 115.5 | 61,428 | 61,428 | 16,784 | 27.3 | — | — | 78 | 0.1 |
| Variety | 4 | 22.0 | 3,332 | 3,332 | 910 | 27.3 | — | — | — | — |
| Children | 12 | 226.0 | 50,278 | 32,786 | 6,136 | 18.7 | — | — | 300 | 0.9 |
| Documentary | 35 | 66.0 | 18,951 | 17,671 | 5,041 | 28.5 | — | — | 58 | 0.3 |
| Feature Film | 6 | 10.0 | 17,507 | 17,507 | 4,651 | 26.6 | 2,252 | 12.9 | 559 | 3.2 |
| Subtotal | 74 | 439.5 | 151,495 | 132,723 | 33,522 | 25.3 | 2,252 | 1.7 | 994 | 0.7 |
| English | | | | | | | | | | |
| Drama | 26 | 162.3 | 179,769 | 179,769 | 41,660 | 23.2 | — | — | 672 | 0.4 |
| Variety | — | — | — | 0 | — | — | — | — | — | — |
| Children | 8 | 49.5 | 25,795 | 21,259 | 5,960 | 28.0 | — | — | — | — |
| Documentary | 71 | 162.6 | 34,849 | 34,849 | 9,388 | 26.9 | — | — | 137 | 0.4 |
| Feature Film | 13 | 23.1 | 39,131 | 39,131 | 9,396 | 24.0 | 5,574 | 14.2 | — | — |
| Subtotal | 118 | 397.5 | 279,544 | 275,008 | 66,404 | 24.1 | 5,574 | 2.0 | 809 | 0.3 |
| Aboriginal Languages | | | | | | | | | | |
| | 11 | 12.5 | 2,839 | 2,839 | 935 | 32.9 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| Total | | | | | | | | | | |
| | 203 | 849.5 | 433,878 | 410,569 | 100,861 | 24.6 | 7,826 | 1.9 | 1,803 | 0.4 |

* Includes eight projects that also received funding through the Feature Film Fund.

** Does not include the foreign share (\$23,308,252) of co-production budgets in which Canada is a minority partner.
All percentages are based on these amounts.

funds, sponsors, private investors) held steady at 20% of overall budgets.

Provincial governments play an important role in the growth of Canadian production. This year, Newfoundland and Manitoba joined the list of provinces supporting local production: Quebec, Ontario, Nova Scotia, New Brunswick, Saskatchewan and British Columbia. Federal and provincial tax credits now represent 85% of government contributions, compared to 80% last year.

Lastly, Canadian producers continue to rely on foreign co-producers, broadcasters and distributors for production financing. Including the foreign share of minority Canadian co-productions, foreign participation in EIP projects amounted to \$37.4 million this year, an increase of 28% over 1997-98.

Linguistic Goals: Projects in French, English and Aboriginal Languages

The EIP allocated 34% of its resources to projects in French, 65% to projects in English and 1% to Aboriginal-language projects. These proportions are in keeping with the Program's objectives.

The EIP supports production in both official languages nationwide. This year, the Program con-

tributed more than \$13 million, close to 13% of its commitments, to the development or production of 32 English-language projects in Quebec and 11 French-language projects from New Brunswick, British Columbia, Ontario and Manitoba.

To promote the growth of Aboriginal production, the EIP made available a \$1-million envelope and



Amarok's Song Series

d. Martin Kreelak
Inuit Broadcasting
Corporation

Told in Inuktitut, this series trace the 50-year history of a Caribou Inuit family and their transition from a nomadic lifestyle on the tundra to one of settled co-existence with the white world. The series also explores the creation of the new territory of Nunavut and its impact on Inuit traditions.

| CTF – LICENCE FEE PROGRAM | | BROADCASTERS | | PRIVATE SECTOR | | DISTRIBUTORS | | OTHER GOVERNMENT SOURCES | | FOREIGN PARTICIPANTS | |
|---------------------------------|------|----------------------------|------|----------------------------|------|----------------------------|------|-----------------------------|------|----------------------------|------|
| In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| 11,154 | 18.2 | 15,692 | 25.5 | 2,675 | 4.4 | 921 | 1.5 | 14,125 | 23.0 | — | — |
| 293 | 8.8 | 1,256 | 37.7 | 193 | 5.8 | 103 | 3.1 | 577 | 17.3 | — | — |
| 1,449 | 4.4 | 6,909 | 21.1 | 1,732 | 5.3 | 8,519 | 26.0 | 7,741 | 23.6 | — | — |
| 1,916 | 10.8 | 3,113 | 17.6 | 1,089 | 6.2 | 270 | 1.5 | 5,645 | 31.9 | 538 | 3.0 |
| — | — | 12 | 0.1 | 669 | 3.8 | 1,756 | 10.0 | 5,552 | 31.7 | 2,057 | 11.7 |
| 14,811 | 11.2 | 26,982 | 20.3 | 6,359 | 4.8 | 11,569 | 8.7 | 33,640 | 25.3 | 2,595 | 2.0 |
| <hr/> | | | | | | | | | | | |
| 29,128 | 16.2 | 38,285 | 21.3 | 16,821 | 9.4 | 22,045 | 12.3 | 25,429 | 14.1 | 5,729 | 3.2 |
| — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| 4,347 | 20.4 | 3,349 | 15.8 | 4,674 | 22.0 | 1,648 | 7.8 | 1,282 | 6.0 | — | — |
| 5,353 | 15.4 | 8,914 | 25.6 | 3,779 | 10.8 | 565 | 1.6 | 5,466 | 15.7 | 1,246 | 3.6 |
| — | — | 1,494 | 3.8 | 5,605 | 14.3 | 6,858 | 17.5 | 5,783 | 14.8 | 4,421 | 11.3 |
| 38,828 | 14.1 | 52,042 | 18.9 | 30,880 | 11.2 | 31,115 | 11.3 | 37,959 | 13.8 | 11,397 | 4.1 |
| <hr/> | | | | | | | | | | | |
| 619 | 21.8 | 225 | 7.9 | 331 | 11.7 | 0 | 0.0 | 632 | 22.3 | 98 | 3.5 |
| <hr/> | | | | | | | | | | | |
| 54,257 | 13.2 | 79,248 | 19.3 | 37,569 | 9.2 | 42,684 | 10.4 | 72,231 | 17.6 | 14,090 | 3.4 |

exercised flexibility in applying requirements in respect of broadcast rights, eligible categories and airing schedules. It further encouraged the hiring of Aboriginal apprentices. Assistance was provided for 16 projects, including 11 productions and five in development. Seven projects originated in Western Canada (two from British Columbia, two from Manitoba, one from Saskatchewan, one from Nunavut and one from the Yukon), five in Quebec, three in Ontario and one in Newfoundland. This marks the first time that all regions are represented in the EIP's annual report. These works resonate with 16 Aboriginal languages (some are in more than one language): Inuktitut, Dene, Cree, Oji-Cree, Ojibway, Mitchif, Dakota, Innu, Attikamek, Micmac, Algonquin, Mohawk, Abenaki, Kwakwaka, Blackfoot and Squamish.

In 1999-2000, the Aboriginal-language production envelope will be increased to \$2 million: \$1 million for the EIP and \$1 million for the LFP. The entire envelope will be administered by the EIP. This may reduce the tax credits currently enjoyed by producers. To offset any potential impact, the EIP will increase its maximum investment share in eligible projects to 70% of production costs.

Regions: 29% of Resources for Production and Development

The CTF enables creative talents in all regions of the country to express themselves in works for television

and theatres, to pursue careers in their own regions and to illustrate the dreams and realities of their communities. This is in part due to special incentives such as relaxed requirements for broadcast rights and recoupment. Telefilm's Montréal, Toronto, Vancouver and Halifax offices work to foster audio-visual creation through co-operative efforts with government and industry bodies in their respective regions.

Canada has four major production centres: Montréal, Toronto and—outstandingly—Vancouver and Halifax. This year's productions also came from Bromont (QC), Calgary (AB), Caraquet (NB), Charlottetown (PEI), Dartmouth (NS), Edmonton (AB), Halfmoon Bay (BC), Hull (QC), Matane (QC), Moncton (NB), Mont-Rolland (QC), New Ross (NS), Ottawa (ON), Port Moody (BC), Quebec City (QC), Regina (SK), Riverview (NB), Saint-Augustin (QC), Sainte-Foy (QC), Saltspring Island (BC), Saskatoon (SK), St. John's (NF), Victoria (BC), Windsor (NS) and Winnipeg (MA).

The EIP devoted 37% of its development and production funds to projects from Montréal, 34% to projects from Toronto, 18% to projects from Western Canada, 8% to projects from the Atlantic provinces, and 3% to projects from other Ontario and Quebec locations.

Support for British Columbia projects represented more than 12% of EIP commitments again this year,

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed television production contracts through the CTF – Equity Investment Program

| LOCATION | NUMBER OF PROJECTS* | HOURS OF PRODUCTION | BUDGETS** | | TELEFILM CANADA'S CONTRIBUTION % |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|-------------------------|-------------------------|----------------------------------|
| | | | In thousands of dollars | In thousands of dollars | |
| Montréal | 84 | 441.5 | 156,803 | 37,196 | 24 |
| Toronto | 45 | 172.3 | 142,503 | 34,832 | 24 |
| Subtotal | 129 | 613.8 | 299,306 | 72,028 | 24 |
| British Columbia | 30 | 95.3 | 52,679 | 12,430 | 24 |
| Alberta | 7 | 24.0 | 8,784 | 2,679 | 30 |
| Saskatchewan | 4 | 18.0 | 6,875 | 1,925 | 28 |
| Manitoba | 6 | 12.5 | 2,673 | 733 | 27 |
| Ontario (excluding Toronto) | 4 | 13.0 | 2,095 | 689 | 33 |
| Quebec (excluding Montréal) | 5 | 12.5 | 5,256 | 824 | 16 |
| New Brunswick | 5 | 21.7 | 4,019 | 1,502 | 37 |
| Nova Scotia | 9 | 33.7 | 25,298 | 7,183 | 28 |
| Prince Edward Island | 1 | 0.5 | 750 | 300 | 40 |
| Newfoundland | 3 | 4.5 | 2,835 | 568 | 20 |
| Subtotal | 74 | 235.7 | 111,263 | 28,832 | 26 |
| Total | 203 | 849.5 | 410,569 | 100,860 | 25 |

* Includes eight projects that also received funding through the Feature Film Fund.

** Does not include the foreign share (\$23,308,252) of co-production budgets in which Canada is an equal or a minority partner.

and Saskatchewan recorded an increased share of overall EIP resources.

Breakdown by Program Category

By television category (excluding feature films and Aboriginal production), EIP funds were allocated as follows: 68% to drama, 17% to documentaries, 14% to children's programming and 1% to variety shows.

The EIP's financial contribution to children's programs increased by 36%, reflecting the outstanding quality of Canadian products in this area. Characterized as being non-violent, entertaining and having universal values appreciated by children and parents alike, Canadian children's programs are among the industry's top exports.

CBC/RC and Other Broadcasters

Depending on demand, between 45% and 55% of the EIP's annual resources are to be allocated to projects for which rights have been acquired by the CBC/Radio-Canada, the goal being to achieve an average of 50% over three years.

This year's results are the following: CBC/RC, 47%, and other broadcasters, 53%. Over the three-year period, 50% of EIP resources have been committed to projects for the CBC/RC and 50% to projects for private broadcasters. The EIP has successfully fulfilled its objective.

Development and Scriptwriting:

180 Promising New Projects with 37% Funding from the EIP

Underlying any successful project are a good idea, a convincing plot, a carefully structured narrative and well-rounded characters. Indeed, the script is key to all project development. In this respect, the EIP is a vital partner to the industry as it contributes, on average, 37% of development and writing costs. Assistance is provided for projects in all program categories, in English, French and Aboriginal languages.

This year, the EIP allocated \$3.7 million to development and scriptwriting, including \$300,000 for amendments to previous-year contracts and \$3.4 million to 180 new projects from across the country: 65 from Montréal, 45 from Toronto, 30 from



**Panda Bear Daycare/
Ruffus the Dog**

d. Robert Mills, Lorraine Barton, Penny Stiles
Faux Paws Productions Inc.
(A Radical Sheep Production)
Broadcast nationally on YTV.
these programs bring educational entertainment to young viewers. Panda Bear Daycare helps children learn important social skills; Ruffus the Dog focuses on basic reading skills while instilling a love of literacy. A second series of 26 episodes (13 per show) is currently in production

British Columbia, 17 from the Prairie provinces, 13 from the Atlantic region, 8 from other cities in Ontario and Quebec, and 2 from the Northwest Territories and the Yukon. These projects show great promise, which bodes well for the future, both for the industry and for Canadian broadcasters.

Feature Films:

EIP Production Support for 19 Films

Since its inception, the CTF has injected \$45 million into the film industry. The Fund supports high-quality projects, augments the annual production volume and secures enhanced exposure for feature films released in movie theatres and on television.

In 1998-99, the CTF's feature film envelope was administered by the EIP. The funds served to finance 19 feature films, which were eligible for LFP licence fee top-ups and/or EIP investments. Eight of them also received funding through Telefilm's Feature Film Fund.

This year's commitments amounted to \$14 million, compared to last year's \$16.4 million. As disbursements are linked to production schedules, this conforms to the EIP's annual \$15-million budget for feature films. The combined budgets of these projects totalled \$56.6 million, of which the Program covered 25%.

LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS

Production, scriptwriting, development and amendments

| | 1996-1997 | | 1997-1998 | | 1998-1999 | | 1996-1998 | |
|-----------------------------|-------------------------|-------|-------------------------|-------|-------------------------|-------|-------------------------|-------|
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| French | 38,241 | 31.8 | 35,410 | 36.8 | 35,672 | 34.0 | 109,323 | 34.0 |
| English | 82,183 | 68.2 | 59,892 | 62.2 | 68,235 | 65.0 | 210,310 | 65.4 |
| Aboriginal Languages | — | — | 1,000 | 1.0 | 1,000 | 1.0 | 2,000 | 0.6 |
| Total | 120,424 | 100.0 | 96,302 | 100.0 | 104,907 | 100.0 | 321,633 | 100.0 |

Sleeping Dogs Lie
d. Stefan Scaini
Sullivan Entertainment
Inspired by true events, this program revisits a mystery that occurred in Toronto some 80 years ago. It premiered on CBC Television in January 1999, and to date has been sold internationally to Taiwan, the Middle East and Slovenia.

A number of these films are first features, reflecting the CTF's continued support for emerging talents.
Thirteen of the 19 features were made in English and six in French. Eight projects originated in Montréal:



Between the Moon and Montevideo by Attila Bertalan, *Les Boys II* by Louis Saia, *Emporte-moi* by Léa Pool, *Four Days* by Curtis Wehrfritz, *L'île de sable* by Johanne Prigent, *Ladies Room* by Gabriella Christiani, *Matroni et moi* by Jean-Philippe Duval and *Le Petit Ciel* by Jean-Sébastien Lord. Six were produced in Toronto: *Apartment Hunting* by Bill Robertson, *The Five Senses* by Jeremy Podeswa, *The Highwayman* by Keoni Waxman, *The Life Before This* by Jerry Ciccoritti, *New Waterford Girls* by Allan Moyle and *Saint Jude* by John L'Écuyer. Films from Vancouver included *Rollercoaster* by Scott Smith, *Touched* by Mort Ransen and *Tail Lights Fade* by Malcolm Ingram. Lastly, *The Divine Ryans* by Stephen Reynolds was produced in Halifax, and *Full Blast* by Rodrigue Jean, in Caraquet, New Brunswick.

Several of these films have earned considerable recognition, among them *Les Boys II* by Louis Saia, with box-office sales of \$6.1 million; Léa Pool's *Emporte-moi*, winner of the 1999 Berlin Film Festival Ecumenical Jury Award; and *The Five Senses* by Jeremy Podeswa, selected for the Directors' Fortnight at the 1999 Cannes Film Festival.

It should be noted that Telefilm also provides support for the Canadian film industry through other funds and programs. Overall, in fiscal 1998-99,

BROADCASTERS

Financial participation – Production only

| CATEGORIES | TOTAL | | PUBLIC SECTOR | | | | | | EDUCATIONAL TELEVISION | | | |
|----------------------|----------------------------|------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------|----------------------------|----------------------------|--|----------------------------|------|
| | | | CBC/ CBC – | RDI | RC/ RC – | TOTAL | | TÉLÉ- QUÉBEC | TVONTARIO/ TFO | ACCESS, KNOWLEDGE, SCN AND OTHERS | TOTAL | |
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % |
| French | | | | | | | | | | | | |
| Drama | 15,692 | 25.5 | – | – | 10,585 | 10,585 | 17.2 | 100 | 275 | – | 375 | 0.6 |
| Variety | 1,256 | 37.7 | – | – | 938 | 938 | 28.1 | – | 318 | – | 318 | 9.5 |
| Children | 6,909 | 21.1 | – | – | 643 | 643 | 2.0 | 2,648 | 822 | – | 3,470 | 10.6 |
| Documentary | 3,113 | 17.6 | 40 | – | 942 | 982 | 5.6 | 734 | 310 | 5 | 1,049 | 5.9 |
| Feature Film | 12 | 0.1 | – | – | – | 0 | 0.0 | – | – | – | 0 | 0.0 |
| Subtotal | 26,982 | 20.3 | 40 | 0 | 13,107 | 13,147 | 9.9 | 3,482 | 1,725 | 5 | 5,212 | 3.9 |
| English | | | | | | | | | | | | |
| Drama | 38,285 | 21.3 | 21,763 | – | – | 21,763 | 12.1 | – | – | – | 0 | 0.0 |
| Variety | 0 | 0.0 | – | – | – | 0 | 0.0 | – | – | – | 0 | 0.0 |
| Children | 3,349 | 15.8 | 129 | – | – | 129 | 0.6 | – | 205 | 125 | 330 | 1.6 |
| Documentary | 8,914 | 25.6 | 2,476 | – | 122 | 2,598 | 7.5 | 3 | 284 | 315 | 602 | 1.7 |
| Feature Film | 1,494 | 3.8 | 150 | – | – | 150 | 0.4 | – | – | – | 0 | 0.0 |
| Subtotal | 52,042 | 18.9 | 24,517 | 0 | 122 | 24,639 | 9.0 | 3 | 489 | 440 | 932 | 0.3 |
| Aboriginal Languages | | | | | | | | | | | | |
| | 225 | 7.9 | 15 | 0 | 0 | 15 | 0.5 | 0 | 39 | 6 | 45 | 1.6 |
| Total | | | | | | | | | | | | |
| | 79,248 | 19.3 | 24,572 | 0 | 13,229 | 37,801 | 9.2 | 3,485 | 2,253 | 451 | 6,188 | 1.5 |

* Includes CTV affiliates not belonging to BATON, CHUM or WIC



the Corporation assisted the production of 44 films. Further information appears in the Highlights section of this report.

International Co-productions

The EIP contributed to the financing of 10 international co-productions with combined budgets of \$23 million.

The Program's contribution was \$2.7 million, representing 21% of the Canadian share.

Five co-productions were made with France: *11 septembre 1973 : Le Dernier Combat de Salvador Allende*, *Les Filles de Shimun*, *Insectia*, *Le Petit Ciel* and *Jazz Collection 98*. *Emporte-moi* was co-produced with France and Switzerland; *Tied by Blood: A Journey Into Genealogy* with Iceland; *Scarred by History* with Ukraine; and *Ladies Room* and *The Worst Witch* with the United Kingdom. All are Canadian majority co-productions, with the exception of *Jazz Collection 98* and *The Worst Witch*.

Scarred by History

d. Guo Fangfang
Four Square Productions
A Canadian-Ukrainian co-production, this powerful and poignant documentary recount the tragic story of 20th-century Ukraine—from Austrian rule through Polish domination, Nazi occupation and Soviet conquest. *Scarred by History* premiered on History Television in January 1999, and was nominated for an award at the 1999 Hot Docs Canadian International Documentary Festival

| PRIVATE | | | | | | | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|------|
| CONVENTIONAL TELEVISION STATIONS UNDER | | | CTV NETWORK | CTV OTHER | CANWEST | INDE- | TVA | TELEVISION | PAY | SPECIALTY | | |
| BATON | CHUM | WIC | (BATON) | AFFILIATES* | GLOBAL | PENDENTS | GROUP | QUATRE SAISONS | TELEVISION | SERVICES | | |
| In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | |
| - | - | - | - | - | - | - | 4,182 | 550 | - | - | 4,732 | 7.7 |
| - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 | 0.0 |
| - | - | - | - | - | 364 | - | - | 3 | 260 | 2,170 | 2,797 | 8.5 |
| - | - | 19 | - | - | - | - | 32 | 80 | 40 | 911 | 1,082 | 6.1 |
| - | - | - | - | - | - | - | - | - | 12 | - | 12 | 0.1 |
| 0 | 0 | 19 | 0 | 0 | 364 | 0 | 4,214 | 633 | 312 | 3,081 | 8,623 | 6.5 |
| | | | | | | | | | | | | |
| 3,230 | - | 2,600 | 5,610 | - | 5,062 | - | - | - | - | 20 | 16,522 | 9.2 |
| - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 | 0.0 |
| 156 | - | - | 250 | - | - | - | - | - | - | 2,484 | 2,890 | 13.6 |
| 166 | 20 | 42 | 125 | - | 180 | - | 80 | - | - | 5,101 | 5,714 | 16.4 |
| - | 154 | - | - | - | - | - | - | - | 1,128 | 63 | 1,344 | 3.4 |
| 3,552 | 174 | 2,642 | 5,985 | 0 | 5,242 | 0 | 80 | 0 | 1,128 | 7,668 | 26,471 | 9.6 |
| 0 | 0 | 12 | 0 | 28 | 20 | 100 | 0 | 0 | 0 | 5 | 165 | 5.8 |
| | | | | | | | | | | | | |
| 3,552 | 174 | 2,673 | 5,985 | 28 | 5,626 | 100 | 4,294 | 633 | 1,440 | 10,754 | 35,259 | 8.6 |

PRIVATE SECTOR

| CATEGORIES | TOTAL | | PRODUCERS AND PRODUCER- RELATED In thousands of dollars | PRIVATE ASSISTANCE FUNDS In thousands of dollars | SPONSORS In thousands of dollars | OTHERS In thousands of dollars |
|----------------------|----------------------------|------|---|--|--|--------------------------------------|
| | In thousands of dollars | % | | | | |
| French | | | | | | |
| Drama | 2,675 | 4.4 | 1,664 | — | 630 | 380 |
| Variety | 193 | 5.8 | 193 | — | — | — |
| Children | 1,732 | 5.3 | 911 | — | 40 | 781 |
| Documentary | 1,089 | 6.2 | 894 | — | 196 | — |
| Feature Film | 669 | 3.8 | 619 | 50 | — | — |
| Subtotal | 6,359 | 4.8 | 4,281 | 50 | 866 | 1,161 |
| English | | | | | | |
| Drama | 16,821 | 9.4 | 14,146 | 2,675 | — | — |
| Variety | 0 | 0.0 | — | — | — | — |
| Children | 4,674 | 22.0 | 3,060 | 1,614 | — | — |
| Documentary | 3,779 | 10.8 | 2,970 | 605 | 199 | 5 |
| Feature Film | 5,605 | 14.3 | 3,240 | 1,200 | — | 1,165 |
| Subtotal | 30,880 | 11.2 | 23,417 | 6,094 | 199 | 1,170 |
| Aboriginal Languages | 331 | 11.7 | 308 | 19 | 4 | 0 |
| Total | 37,569 | 9.2 | 28,006 | 6,163 | 1,069 | 2,331 |

OTHER GOVERNMENT SOURCES

Financial participation – Production only

| CATEGORIES | TOTAL | | FEDERAL AGENCIES | | | | | NEW BRUNSWICK TAX CREDIT In thousands of dollars | QUEBEC TAX CREDIT In thousands of dollars | |
|----------------------|----------------------------|------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|--|--|--|--|
| | In thousands of dollars | % | NFB | FEDERAL TAX CREDIT | OTHERS | NEWFOUNDLAND TAX CREDIT | NOVA SCOTIA TAX CREDIT In thousands of dollars | | | |
| | | | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | | | |
| French | | | | | | | | | | |
| Drama | 14,125 | 23.0 | — | 3,934 | 800 | — | — | — | 9,140 | |
| Variety | 577 | 17.3 | — | 200 | — | — | — | 70 | 304 | |
| Children | 7,741 | 23.6 | — | 2,404 | — | — | — | — | 5,337 | |
| Documentary | 5,645 | 31.9 | 957 | 667 | 30 | — | — | 124 | 2,364 | |
| Feature Film | 5,552 | 31.7 | — | 320 | — | — | — | 190 | 2,897 | |
| Subtotal | 33,640 | 25.3 | 957 | 7,525 | 830 | 0 | 0 | 384 | 20,042 | |
| English | | | | | | | | | | |
| Drama | 25,429 | 14.1 | — | 11,141 | — | — | 2,303 | — | 2,388 | |
| Variety | 0 | 0.0 | — | — | — | — | — | — | — | |
| Children | 1,282 | 6.0 | — | 381 | — | — | — | — | 558 | |
| Documentary | 5,466 | 15.7 | 415 | 1,526 | 428 | 102 | 411 | — | 1,132 | |
| Feature Film | 5,783 | 14.8 | 5 | 1,586 | 60 | — | 980 | — | 1,466 | |
| Subtotal | 37,959 | 13.8 | 420 | 14,634 | 488 | 102 | 3,694 | 0 | 5,545 | |
| Aboriginal Languages | 632 | 22.3 | 225 | 44 | 179 | 0 | 0 | 0 | 135 | |
| Total | 72,231 | 17.6 | 1,602 | 22,203 | 1,496 | 102 | 3,694 | 384 | 25,722 | |

FOREIGN PARTICIPANTS

Financial participation – Production only

| CATEGORIES | TOTAL | | CO-PRODUCERS In thousands of dollars | BROADCASTERS In thousands of dollars | DISTRIBUTORS In thousands of dollars | OTHERS In thousands of dollars |
|----------------------|----------------------------|------|--|--|--|--------------------------------------|
| | In thousands of dollars | % | | | | |
| French | | | | | | |
| Drama | 0 | 0.0 | — | — | — | — |
| Variety | 0 | 0.0 | — | — | — | — |
| Children | 0 | 0.0 | — | — | — | — |
| Documentary | 538 | 3.0 | 538 | — | — | — |
| Feature Film | 2,057 | 11.7 | 959 | 399 | — | 699 |
| Subtotal | 2,595 | 2.0 | 1,497 | 399 | 0 | 699 |
| English | | | | | | |
| Drama | 5,729 | 3.2 | — | 1,358 | 4,371 | — |
| Variety | 0 | 0.0 | — | — | — | — |
| Children | 0 | 0.0 | — | — | — | — |
| Documentary | 1,246 | 3.6 | 536 | 242 | 406 | 62 |
| Feature Film | 4,421 | 11.3 | 1,726 | — | 39 | 2,656 |
| Subtotal | 11,397 | 4.1 | 2,262 | 1,601 | 4,816 | 2,718 |
| Aboriginal Languages | 98 | 3.5 | 98 | 0 | 0 | 0 |
| Total | 14,090 | 3.4 | 3,857 | 2,000 | 4,816 | 3,418 |

| ONTARIO TAX CREDIT | MANITOBA TAX CREDIT | SASKATCHEWAN TAX CREDIT | BRITISH COLUMBIA TAX CREDIT | SODEC | FILM NB | SASKFILM | PROVINCIAL AGENCIES | | |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | | | | | | | BRITISH COLUMBIA FILM | NOVA SCOTIA FILM | OTHERS |
| In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars |
| — | — | — | — | 251 | — | — | — | — | — |
| 4 | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| — | — | — | — | 1,019 | — | — | — | — | 484 |
| — | — | — | — | 1,752 | — | — | — | — | 393 |
| 4 | 0 | 0 | 0 | 3,022 | 0 | 0 | 0 | 0 | 877 |
| 6,847 | 210 | 856 | — | — | — | — | 40 | 495 | 1,149 |
| — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| 98 | — | — | — | — | — | — | — | — | 245 |
| 502 | — | 26 | 31 | 310 | — | 37 | 27 | 258 | 263 |
| 445 | — | — | — | 305 | — | — | — | 335 | 600 |
| 7,891 | 210 | 882 | 31 | 615 | 0 | 37 | 67 | 1,088 | 2,257 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 49 |
| 7,895 | 210 | 882 | 31 | 3,637 | 0 | 37 | 67 | 1,088 | 3,183 |

PARTICIPATION OF CANADIAN BROADCASTERS

(including investments and purchases of broadcast rights)

| BROADCASTERS | DRAMA In thousands of dollars | VARIETY In thousands of dollars | CHILDREN In thousands of dollars | DOCUMENTARY In thousands of dollars | FEATURE FILMS* In thousands of dollars | TOTAL In thousands of dollars |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|--|---|---|-------------------------------------|
| Private Sector and Educational Television | | | | | | |
| Conventional Television | | | | | | |
| Baton | 3,230 | — | 156 | 166 | — | 3,552 |
| Canwest Global | 5,062 | — | 364 | 200 | — | 5,626 |
| CHUM | — | — | — | 20 | 154 | 174 |
| CTV – Network (Baton)/ Other Affiliates | 5,638 | — | 250 | 125 | — | 6,013 |
| Independents | 12 | — | 28 | 60 | — | 100 |
| TVA Group | 4,182 | — | — | 112 | — | 4,294 |
| Télévision Quatre Saisons | 550 | — | 3 | 80 | — | 633 |
| WIC | 2,600 | — | 5 | 68 | — | 2,673 |
| Educational Television | | | | | | |
| Access | — | — | — | 22 | — | 22 |
| Knowledge | — | — | — | 167 | — | 167 |
| SCN | — | — | 125 | 138 | — | 263 |
| Télé-Québec | 100 | — | 2,648 | 737 | — | 3,485 |
| TVOntario/TFO | 275 | 318 | 1,027 | 633 | — | 2,253 |
| Pay Television | | | | | | |
| Super Écran (Premier Choix) | — | — | 260 | 40 | 12 | 312 |
| Superchannel | — | — | — | — | 30 | 30 |
| The Movie Network | — | — | — | — | 1,098 | 1,098 |
| Specialty Services | | | | | | |
| Bravo! | — | — | — | 336 | — | 336 |
| Canal D | — | — | — | 604 | — | 604 |
| Canal Famille | — | — | 1,858 | 78 | — | 1,936 |
| Canal Vie | — | — | — | 54 | — | 54 |
| Discovery Channel (The) | — | — | — | 1,670 | — | 1,670 |
| History Television | — | — | — | 980 | — | 980 |
| Life Network (The) | — | — | — | 645 | — | 645 |
| Musique Plus | — | — | — | — | — | 0 |
| Showcase Television | — | — | — | — | — | 0 |
| Space | — | — | — | 49 | — | 49 |
| Teletoon | — | — | 395 | — | — | 395 |
| TV5 | — | — | — | 159 | — | 159 |
| Vision TV | 25 | — | 73 | 936 | 63 | 1,096 |
| WTN | — | — | — | 469 | — | 469 |
| YTV | — | — | 2,329 | 35 | — | 2,364 |
| Subtotal | 21,674 | 318 | 9,520 | 8,579 | 1,356 | 41,447 |
| Public Sector | | | | | | |
| CBC | 21,763 | — | 144 | 2,516 | 150 | 24,572 |
| RDI – le réseau de l'information | — | — | — | — | — | 0 |
| Radio-Canada | 10,585 | 938 | 643 | 1,064 | — | 13,229 |
| Subtotal | 32,347 | 938 | 786 | 3,580 | 150 | 37,801 |
| Total | 54,021 | 1,256 | 10,307 | 12,159 | 1,506 | 79,248 |

* Because rights for feature films are often included in the distribution advances, they do not all appear in this table.

VIEWER ACCESS TO CANADIAN PROGRAMS

| BROADCASTERS | | | | NUMBER | NUMBER |
|--|----------------------------|-----------|------------|----------------------|--|
| | IN ABORIGINAL LANGUAGES | IN FRENCH | IN ENGLISH | OF PROJECTS TOTAL | OF HOURS IN FIRST-RUN PRESENTATION |
| Private Sector and Educational Television | | | | | |
| Conventional Television | | | | | |
| Baton | — | — | 8 | 8 | 28.5 |
| Canwest Global | 1 | 1 | 6 | 8 | 55.5 |
| CHUM | — | — | 3 | 3 | 4.7 |
| CTV – Network (Baton)/Other Affiliates | 1 | — | 7 | 8 | 32.3 |
| Independents | 12 | — | — | 12 | 13.5 |
| TVA Group | — | 4 | 1 | 5 | 40.0 |
| Télévision Quatre Saisons | — | 3 | — | 3 | 16.5 |
| WIC | 2 | 2 | 5 | 9 | 22.3 |
| Educational Television | | | | | |
| Access | — | — | 4 | 4 | 11.5 |
| Knowledge | 1 | 1 | 16 | 18 | 40.0 |
| SCN | 1 | 1 | 23 | 25 | 8.2 |
| Télé-Québec | — | 11 | 1 | 12 | 87.0 |
| TVOntario/TFO | 2 | 10 | 9 | 21 | 110.5 |
| Pay Television | | | | | |
| Movie Network | — | — | 4 | 4 | 8.2 |
| Super Channel | — | — | 1 | 1 | 1.7 |
| Super Écran (Premier Choix) | — | 3 | — | 3 | 28.5 |
| Specialty Services | | | | | |
| Bravo! | — | 2 | 5 | 7 | 13.0 |
| Canal D | — | 5 | 2 | 7 | 31.0 |
| Canal Famille | — | 4 | 1 | 5 | 71.5 |
| Canal Vie | — | — | 2 | 2 | 4.5 |
| Discovery Channel (The) | — | 1 | 5 | 6 | 33.5 |
| History Television | — | 2 | 5 | 7 | 26.0 |
| Life Network (The) | — | — | 2 | 2 | 19.5 |
| Musique Plus | — | — | — | 0 | 0.0 |
| Showcase Television | — | — | — | 0 | 0.0 |
| Space | — | — | 2 | 2 | 2.0 |
| Teletoon | — | 1 | 1 | 2 | 26.5 |
| TV5 | — | 9 | — | 9 | 9.5 |
| Vision TV | 1 | 3 | 23 | 27 | 53.5 |
| WTN | — | — | 5 | 5 | 19.0 |
| YTV | — | — | 5 | 5 | 42.5 |
| Subtotal | 21 | 63 | 146 | 230 | 860.9 |
| Public Sector | | | | | |
| CBC network and regional television stations | 1 | 1 | 53 | 55 | 130.1 |
| RDI – le réseau de l'information | — | — | 1 | 1 | 6.5 |
| Radio-Canada | — | 33 | 4 | 37 | 125.5 |
| Subtotal | 1 | 34 | 58 | 93 | 262.1 |
| Total | 22 | 97 | 204 | 323 | 1,123.0 |

The participation of more than one broadcaster in the same project contributed to increased viewer access to Canadian programming. Thus, in 1998-1999, the 203 financed projects totalled 323 broadcast projects, and the 849.5 hours of production represented 1,123.0 hours of broadcasting.

Cinema



The Five Senses
d. Jeremy Podeswa
Five Senses Productions Inc.
Told through a series of interwoven stories, each relating to one of the five senses, Jeremy Podeswa's second feature was presented in the Directors' Fortnight section of the 1999 Cannes film festival.

TELEFILM CANADA'S FEATURE FILM FUND

Projects contracted – Production, scriptwriting and development

| | NUMBER OF PROJECTS* | TOTAL BUDGETS** In thousands of dollars | TELEFILM CANADA In thousands of dollars | LINGUISTIC BREAKDOWN % |
|-------------------------------|------------------------|--|--|------------------------------|
| French | | | | |
| Production | 7 | 40,689 | 6,658 | |
| Amendments – production*** | – | – | -18 | |
| Subtotal | 7 | 40,689 | 6,640 | |
| Scriptwriting and development | 26 | 1,099 | 416 | |
| Amendments – development*** | – | – | 83 | |
| Subtotal | 26 | 1,099 | 499 | |
| Subtotal – French | 33 | 41,788 | 7,139 | 34.5 |
| English | | | | |
| Production | 14 | 75,281 | 12,143 | |
| Amendments – production*** | – | – | 211 | |
| Subtotal | 14 | 75,281 | 12,354 | |
| Scriptwriting and development | 59 | 2,187 | 874 | |
| Amendments – development*** | – | – | 317 | |
| Subtotal | 59 | 2,187 | 1,191 | |
| Subtotal – English | 73 | 77,468 | 13,545 | 65.5 |
| Total | 106 | 119,256 | 20,684 | 100.0 |

* Includes eight projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.
** Includes total co-production budgets.
*** The amendments include increases and decreases in commitments from previous years.

1998-99 was a fruitful year for Telefilm Canada's Feature Film Fund. The industry was conspicuously active in all regions, submitting numerous projects of noteworthy quality and abundant Canadian content.

106 Development and Production Projects Overall Budgets of \$119.3 Million

In 1998-99, Telefilm Canada injected \$20.7 million into the film industry through the Feature Film Fund, compared to \$16.4 million the previous year.

Telefilm's contribution provided leverage for 106 production and development projects with overall budgets of \$119.3 million, counting the foreign share (\$25.2 million) of financing in co-productions where Canada is a minority partner.

The average budget for films both in English and French was significantly higher than in prior years; this was due to four international co-productions with budgets ranging from \$10 million to more than \$30 million.

85 Development and Scriptwriting Projects: Banking on Tomorrow's Films

Maintaining public interest requires a steady flow of new releases to the silver screen. Scriptwriting and development projects are vital to the process, being the cornerstone on which the industry builds for the future. The Feature Film Fund is a valued partner for producers, directors, scriptwriters and distributors in this regard.

This year's crop springs from exceptionally diverse sources of inspiration and promises equally exceptional results in Canadian theatres. The projects originated in every region of the country. Fund support equal to 60% of the available resources went to 35 projects from Montréal and 13 from Toronto. The 22 projects from British Columbia, four from the Prairies, nine from the Atlantic region and two from Quebec, outside of Montreal, received 40% of development funds.

All told, the Corporation provided 39% of development costs totalling \$3.3 million.

Production: 21 Feature Films with 21% of Total Budgets Financed by Telefilm

The Feature Film Fund contributed \$18.8 million to the production of 21 projects, the same number as in the previous year. The aggregate budget amount, however, was \$90.7 million, compared to \$42 million in 1997-98.

The average budget for French-language projects rose from \$1.6 million to \$3.1 million, five of this year's seven films having budgets in excess of \$3 million. In 1997-98, Telefilm supported more low-budget projects. The average budget amount also rose sharply in English-language production, from \$2.3 million to \$5 million, due to two big-budget international co-productions: *15 Moments* by Denys Arcand and David Cronenberg's *eXistenZ*.



Top of the Food Chain

d. John Paizs
Upstart Pictures
This feature, about sinister, human-eating forces preying on a town obsessed with sex, TV and fishing, will be released in Canada in the fall of 1999. The film has already been sold to Scandinavia

Telefilm Canada's participation through the Feature Film Fund accounted for 21% of production costs, compared to 34% one year earlier. This is in part explained by the fact that Telefilm's feature film contributions, which are capped, represented only a minor portion of certain co-production budgets. Excluding *15 Moments*, *eXistenZ* and *La Veuve de Saint-Pierre*, Telefilm's contribution corresponds to 35% of this year's budgets.

A number of 1998-99 projects received assistance through other Telefilm funds and programs for a total of \$4.2 million, or 5% of their combined budgets. Among these are eight projects funded by the Feature Film Fund and the CTF's Equity Investment Program administered by Telefilm: *Bluffers End*, *Les Boys II*, *The Five Senses*, *L'Île de sable*, *New Waterford Girls*, *Saint-Jude*, *Touched* and *Tail Lights Fade*.

Significant Support from the Private Sector and International Partners

Canadian producers must be able to count on a wide range of financial partners in order to make high-quality feature films. The future of Canadian cinema depends upon funding sources that are not only public and private but also Canadian and international.

In 1998-99, most of the financing partners of Canadian producers renewed their participation, showing unequivocal support for projects with both cultural and commercial potential. The most noteworthy increase was in the private sector (producers, producer-related, private assistance funds, etc.), which jumped from \$2.9 million to more than \$25 million, representing 28% of production costs. This increase is largely due to *eXistenZ*, as the producers' investment in this co-production accounts for 72% of all private-sector participation in this fiscal year.

Government resources other than those of Telefilm nearly doubled due in part to several new provincial tax credit programs. During the year,

ANALYSIS OF FINANCIAL PARTICIPATION

Production only – Projects contracted

| | NUMBER OF PROJECTS* | TOTAL BUDGETS | BUDGETS** | FEATURE FILM FUND | | CTF – EQUITY INVESTMENT PROGRAM | | TELEFILM CANADA OTHER FUNDS (MINI-TREATIES AND PRSP) | |
|---------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|------|---------------------------------------|-----|---|-----|
| | | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| French | 7 | 40,689 | 21,439 | 6,658 | 31.1 | 1,498 | 7.0 | 239 | 1.1 |
| English | 14 | 75,281 | 69,309 | 12,143 | 17.5 | 2,142 | 3.1 | 300 | 0.4 |
| Total | 21 | 115,970 | 90,748 | 18,801 | 20.7 | 3,641 | 4.0 | 539 | 0.6 |

* Includes eight projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.
** Does not include the foreign share (\$25,222,178) of co-production budgets in which Canada is a minority partner.
All percentages are based on these amounts.



Bluffers End
Optima Films Inc.
d. Lewis Furey
Based on a play by Canadian playwright George F. Walker, this Canada-France co-production takes a darkly comic look at murder in a big-city ghetto, where the only law is the law of the jungle.

the Corporation was proud to be associated with the governments of Quebec, Ontario, Nova Scotia, Newfoundland and Manitoba in fostering the creation of high-quality films. It is of note that federal and provincial tax credits account for 75% of all contributions from government sources.

Broadcaster participation also rose, totalling 3.1% of combined budgets as compared to 0.4% the previous year. This increase is connected mainly with

pay television, which is proving to be an increasingly important partner for Canadian film. Five features benefited from pay-TV support this year.

Lastly, the international stature of Canada's cinema was reflected in record contributions from foreign participants: \$42.3 million, counting the foreign share of minority Canadian co-productions.

Five co-productions were funded: *15 Moments*, *La Veuve de Saint-Pierre* and *Bluffers End* with France; *Misery Harbour* with Norway; and *eXistenZ* with the United Kingdom. With the exception of *Misery Harbour* and *La Veuve de Saint-Pierre*, these were majority Canadian co-productions. Telefilm's contribution totalled \$5.5 million, representing 12.8% of the Canadian share.

Linguistic and Regional Breakdown

In 1998-99, Telefilm allocated 65.5% of the Fund's commitments to projects in English and 34.5% to projects in French. This represents a significant increase for English-language films, which received 60.5% of the Corporation's resources in 1997-98. New tax credits in Ontario, British Columbia and the Atlantic provinces and recent Telefilm initiatives aimed at stimulating production in Western and Atlantic Canada are contributing to an upswing in English-language production.

DISTRIBUTORS

Financial participation – Production only

| | In thousands of dollars | | TOTAL % |
|---------|-------------------------|--|------------|
| | | | |
| French | 2,330 | | 10.9 |
| English | 6,581 | | 9.5 |
| Total | 8,911 | | 9.8 |

| DISTRIBUTORS | | PRIVATE SECTOR | | OTHER GOVERNMENT SOURCES | | BROADCASTERS | | FOREIGN PARTICIPANTS | |
|-------------------------|------|-------------------------|------|--------------------------|------|-------------------------|-----|-------------------------|------|
| In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| 2,330 | 10.9 | 931 | 4.3 | 6,508 | 30.4 | 75 | 0.3 | 3,200 | 14.9 |
| 6,581 | 9.5 | 24,106 | 34.8 | 7,296 | 10.5 | 2,757 | 4.0 | 13,983 | 20.2 |
| 8,911 | 9.8 | 25,037 | 27.6 | 13,804 | 15.2 | 2,832 | 3.1 | 17,183 | 18.9 |

Of particular note is the continued increase in Telefilm participation in regional projects over the past years. From 10% of the Fund's commitments in 1995-96, regional contributions rose to 17% in 1996-97, 24% in 1997-98 and now 27% in 1998-99. This reflects the striking vitality of the industry nationwide, with creators illustrating the experiences and values of their communities and enriching Canadian cinema with their unique voices.

The Atlantic region continues to develop international partnerships with notable success. *Misery Harbour*, produced and shot entirely in Newfoundland, marked the first use of the new co-production agreement with Norway and enjoyed the participation of other Scandinavian countries.



15 Moments
d. Denys Arcand
Cinémaginaire and
Screenventures XLV
Productions
Co-production with France
Tina, a teenager from a small town in Eastern Canada becomes a supermodel. The transition from small-town life to worldwide celebrity is as quick as it is brutal. Transfixed Bruce Warner, a renowned photographer, decides to make a documentary about Tina's rise to stardom

PRIVATE SECTOR

Financial participation – Production only

| | TOTAL | | PRODUCERS AND PRODUCER-RELATED | PRIVATE ASSISTANCE FUNDS | PRIVATE INVESTORS | SPONSORS | OTHER |
|----------------|-------------------------|------|--------------------------------|--------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars |
| French | 931 | 4.3 | 806 | 100 | — | 25 | — |
| English | 24,106 | 34.8 | 21,906 | 2,200 | — | — | — |
| Total | 25,037 | 27.6 | 22,712 | 2,300 | 0 | 25 | — |

FOREIGN PARTICIPANTS

Financial participation – Production only

| | In thousands of dollars | TOTAL % | CO-PRODUCERS In thousands of dollars | DISTRIBUTORS In thousands of dollars | BROADCASTERS In thousands of dollars | OTHERS In thousands of dollars |
|----------------|----------------------------|------------|--|--|--|--------------------------------------|
| French | 3,200 | 14.9 | 3,200 | — | — | — |
| English | 13,983 | 20.2 | 8,814 | 2,357 | — | 2,812 |
| Total | 17,183 | 18.9 | 12,014 | 2,357 | 0 | 2,812 |

BROADCASTERS

Financial participation – Production only

| | In thousands of dollars | TOTAL % | BROADCASTERS In thousands of dollars | PAY TELEVISION In thousands of dollars |
|----------------|----------------------------|------------|--|--|
| French | 75 | 0.3 | 75 | — |
| English | 2,757 | 4.0 | 373 | 2,384 |
| Total | 2,832 | 3.1 | 448 | 2,384 |

LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS

Production, scriptwriting, development and amendments

| | 1993-1994 | | 1994-1995 | | 1995-1996 | |
|----------------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| French | 9,720 | 44.5 | 7,447 | 48.0 | 11,334 | 54.0 |
| English | 12,116 | 55.5 | 8,065 | 52.0 | 9,666 | 46.0 |
| Total | 21,836 | 100.0 | 15,512 | 100.0 | 21,000 | 100.0 |

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed feature film contracts through the Feature Film Fund

| LOCATION | NUMBER OF PROJECTS* | BUDGETS** In thousands of dollars | TELEFILM CANADA CONTRIBUTION | |
|-----------------------------|------------------------|---|---------------------------------|-----------------|
| | | | In thousands of dollars | % of budgets |
| Montréal | 10 | 35,756 | 9,338 | 26 |
| Toronto | 5 | 41,317 | 4,470 | 11 |
| Subtotal | 15 | 77,073 | 13,808 | 18 |
| British Columbia | 3 | 10,527 | 3,449 | 33 |
| Alberta | 1 | 1,300 | 637 | 49 |
| Saskatchewan | — | — | 0 | 0 |
| Manitoba | 1 | 350 | 172 | 49 |
| Ontario (excluding Toronto) | — | — | 0 | 0 |
| Quebec (excluding Montréal) | — | — | 0 | 0 |
| New Brunswick | — | — | 0 | 0 |
| Nova Scotia | — | — | 0 | 0 |
| Prince Edward Island | — | — | 0 | 0 |
| Newfoundland | 1 | 1,498 | 735 | 49 |
| Subtotal | 6 | 13,675 | 4,993 | 37 |
| Total | 21 | 90,748 | 18,801 | 21 |

* Includes eight projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program

** Does not include the foreign share (\$25,222,178) of co-production budgets in which Canada is a minority partner.

| 1996-1997 | | 1997-1998 | | 1998-1999 | | 1999-1999 | |
|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|----------------------------|-------|
| In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| 7,560 | 34.8 | 6,464 | 39.5 | 7,139 | 34.5 | 49,664 | 42.4 |
| 14,152 | 65.2 | 9,921 | 60.5 | 13,545 | 65.5 | 67,465 | 57.6 |
| 21,712 | 100.0 | 16,385 | 100.0 | 20,684 | 100.0 | 117,129 | 100.0 |



Misery Harbour

d. Nils Gaup
Red Ochre Productions
Ltd./Motlys A.S.

A Canadian-Norwegian co-production, *Misery Harbour* tells a story of love and revenge in 1930s' Newfoundland. The film's world premiere will be held in Norway in August 1999, with a Canadian release slated for the fall. International distribution to countries other than Canada and Scandinavia will be handled by Goldwyn.

TELEFILM CANADA'S FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

The Feature Film Distribution Fund serves primarily to support experienced distributors, the front-line partners of Canadian producers. Through the Contingency Fund, however, the Corporation also assists new companies and those with smaller catalogues to facilitate their development and their contribution to the growth of Canadian cinema.

Telefilm support comes in the form of a credit line based on corporate performance; in other words, on the amounts that the companies return to the

Corporation. This policy encourages distributors to make acquisitions judiciously and develop dynamic, efficient marketing campaigns.

In recent years, the Canadian distribution sector has undergone both consolidation—through mergers and strategic repositioning—and diversification—with the arrival of new players in the West and in Montréal. These changes are highly beneficial for the Canadian film industry. It is crucial that producers and distributors work together to define target audiences and effective promotional strategies.

In fiscal 1998-99, the Feature Film Distribution Fund made commitments totalling \$11.4 million. Disbursements for the year amounted to \$11.9 million: \$6.9 million for the acquisition of distribution rights to Canadian films; \$2.5 million for marketing activities; and \$2.5 million for payments against previous-year contracts and corporate loans.

Altogether, the Fund provided support for the purchase of distribution rights to 34 Canadian features and contributed to 24 marketing projects.

During the 1998-99 year, Telefilm formed committees to revise its feature film policies, including those on film distribution. New ways to optimize government support for distribution may also be suggested by the Feature Film Policy Review instituted by the Department of Canadian Heritage. Any change to existing policies must reflect the unique expertise of Canadian distributors, call on distributors to intervene more decisively in creating Canadian box-office success stories, and ensure the fair and efficient use of available resources.

OTHER GOVERNMENT SOURCES

Financial participation – Production only

| | TOTAL | | FEDERAL AGENCIES | | |
|----------------|-------------------------|------|--------------------------------|---|---|
| | In thousands of dollars | % | NFB In thousands of dollars | CANADA COUNCIL In thousands of dollars | FEDERAL TAX CREDIT In thousands of dollars |
| French | 6,508 | 30.4 | 18 | 27 | 862 |
| English | 7,296 | 10.5 | 5 | 60 | 3,165 |
| Total | 13,804 | 15.2 | 23 | 87 | 4,027 |

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Companies that received support

| | PRINCIPAL FUND In thousands of dollars | CONTINGENCY FUND In thousands of dollars | TOTAL In thousands of dollars |
|-------------------------|---|---|----------------------------------|
| Available Funds | 10,944 | 835 | 11,780 |
| Special Envelope | 0 | 0 | 0 |
| Total | 10,944 | 835 | 11,780 |

Use of Funds

| | | | |
|-------------------------------------|--------|-----|--------|
| Allegro Films Distribution | -8 | -- | -8 |
| Alliance Atlantis Releasing | 2,875 | -- | 2,875 |
| Behaviour Distribution | 1,884 | -- | 1,884 |
| Cinema Esperanca International inc. | -- | 2 | 2 |
| Compagnie France Film | 756 | 179 | 936 |
| Film Tonic International inc. | 706 | 217 | 922 |
| Lions Gate Films | 2,357 | -- | 2,357 |
| Motion International inc. | 1,177 | -- | 1,177 |
| Odeon Films | 715 | -- | 715 |
| Prima Film Video ltée | 609 | 23 | 631 |
| Red Sky Entertainment | -- | 400 | 400 |
| Total | 11,072 | 820 | 11,893 |

| QUEBEC TAX CREDIT In thousands of dollars | ONTARIO TAX CREDIT In thousands of dollars | NOVA SCOTIA TAX CREDIT In thousands of dollars | NEW BRUNSWICK TAX CREDIT In thousands of dollars | NEWFOUNDLAND TAX CREDIT In thousands of dollars | SODEC In thousands of dollars | OFDC In thousands of dollars | BRITISH COLUMBIA FILM In thousands of dollars | NOVA SCOTIA FILM In thousands of dollars | OTHERS |
|--|---|---|---|--|-------------------------------------|------------------------------------|--|---|--------|
| 4,038 | -- | -- | -- | -- | 1,562 | -- | -- | -- | |
| 1,551 | 269 | 480 | -- | 40 | 830 | -- | -- | 135 | 761 |
| 5,589 | 269 | 480 | 0 | 40 | 2,392 | 0 | 0 | 135 | 761 |

Multimedia



Masks: Faces of the Pacific

DNA Productions Inc. Drawing on the artistry of carvers, dancers and storytellers from Papua New Guinea, Bali, Japan, Alaska and Canada's Northwest Coast, this CD-ROM explores the cultural significance of masks made by peoples of the Pacific. The CD-ROM received a Bronze Apple Award from the National Educational Media Network (NEMN).

MULTIMEDIA FUND

Project breakdown by component – Includes amendments from previous years

| | NUMBER OF PROJECTS | BUDGETS In thousands of dollars | TELEFILM CANADA CONTRIBUTION | | |
|-------------|------------------------|---|---------------------------------|-----------------|------|
| | | | In thousands of dollars | % of budgets | |
| Development | | | | | |
| | French | 3 | 231 | 70 | 30.4 |
| | English | 28 | 3,294 | 1,430 | 43.4 |
| | Subtotal – Development | 31 | 3,525 | 1,500 | 42.5 |
| Production | | | | | |
| | French | 10 | 4,860 | 1,301 | 26.8 |
| | English | 16 | 6,312 | 2,148 | 34.0 |
| | Subtotal – Production | 26 | 11,172 | 3,449 | 30.9 |
| Marketing | | | | | |
| | French | 6 | 1,286 | 599 | 46.6 |
| | English | 8 | 3,005 | 812 | 27.0 |
| | Subtotal – Marketing | 14 | 4,290 | 1,410 | 32.9 |
| Total | 71 | 18,988 | 6,359 | 33.5 | |

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

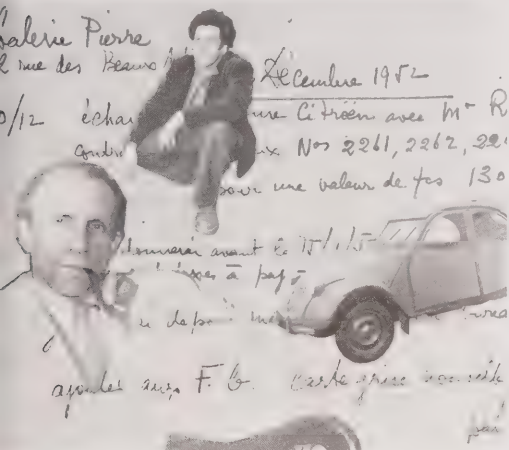
according to the location of the companies with which the Corporation signed multimedia development, production and marketing contracts (includes amendments from previous years)

| LOCATION | NUMBER OF PROJECTS | BUDGETS In thousands of dollars | TELEFILM CANADA CONTRIBUTION | |
|-----------------------------|-----------------------|---|---------------------------------|-----------------|
| | | | In thousands of dollars | % of budgets |
| Montréal | 28 | 8,819 | 2,708 | 30.7 |
| Toronto | 14 | 2,788 | 957 | 34.3 |
| Subtotal | 42 | 11,608 | 3,665 | 31.6 |
| British Columbia | 12 | 4,191 | 1,578 | 37.7 |
| Alberta | 3 | 957 | 295 | 30.8 |
| Saskatchewan | 4 | 690 | 250 | 36.2 |
| Manitoba | — | — | 0 | 0.0 |
| Ontario (excluding Toronto) | 2 | 347 | 171 | 49.3 |
| Quebec (excluding Montréal) | 4 | 735 | 278 | 37.9 |
| New Brunswick | 1 | 28 | 14 | 50.1 |
| Nova Scotia | 3 | 432 | 107 | 24.9 |
| Prince Edward Island | — | — | 0 | 0.0 |
| Newfoundland | — | — | 0 | 0.0 |
| Subtotal | 29 | 7,380 | 2,694 | 36.5 |
| Total | 71 | 18,988 | 6,359 | 33.5 |

Growing by Leaps and Bounds

In June 1998, at the Banff Television Festival, the Minister of Canadian Heritage, the Honourable Sheila Copps, announced the creation of a five-year, \$30-million Multimedia Fund to be administered by Telefilm Canada. The following month, the Corporation issued guidelines for this new initiative, and applications for a wealth of innovative, technologically advanced projects began pouring in.

The Multimedia Fund includes components for development, production and marketing. Assistance is provided in the form of advances and interest-free unsecured loans, and priority is given to applications from small and mid-size businesses. Telefilm's goals for multimedia are as ambitious as its long-held aspirations for television and feature films. To achieve these goals, the Corporation works with an advisory committee composed of industry members from across the country and Telefilm and government representatives.



Fuelled by rapidly expanding domestic and international markets, outstanding talent and critical Fund support, the Canadian multimedia industry experienced exponential growth this year. Developers and publishers took advantage of Canada's advanced telecommunications infrastructure to explore new product, service and commerce opportunities, producing innovative tools and content in the areas of entertainment, education and corporate applications. In doing so, they put Canada in fifth place among the world's multimedia-producing countries, right behind the United States, Germany, France, and the U.K.

In 1998-99, the Corporation's commitments to multimedia ventures soared from the previous year's \$1.5 million to \$6.4 million. All told, 71 projects were funded: 26 in production, 31 in development and 14 in marketing. Telefilm's contribution represented 33.5% of their combined budgets of \$19 million. In production and development alone, the number of projects more than doubled—57 vs. 23 in 1997-98.

During the year, 69% of overall resources went to projects in English and 31% to projects in French.

Backed by the Corporation's financial, promotional and logistical support, Canadian productions enjoyed significant exposure at international markets such as MIM in Montréal, E3 in Los Angeles and MILIA in Cannes. Multimedia producers and new media training providers working in both official languages developed international contacts and partnerships for Canadian products and services used at home and abroad.

Canadian products vary widely in form, content, technology and target markets. Several of this year's productions deal with the Canadian experience: *Les Premières Nations du Canada*, for example, or *Glenn Gould: The New Listener*. Others, such as *Masks: Faces of the Pacific*, produced in British Columbia, reflect their regional origins. Set in cyberspace, imaginary lands and a myriad of virtual realities, they include interactive web sites (*Kaos*, the *Nikolai* series), educational CD-ROMs (*Finding the Balance*, *Mia: The Search for Grandma's Remedy*), reference works (*Riopelle CD-ROM*) and games (*Zach and the Sacred City*, *Einstein's Dreams*).

Canada's multimedia companies are generally concentrated in urban centres. For the most part they are small- and mid-size businesses, but there are global players in all regions. Industry development remains uneven, however, due in large part to significant variations in provincial support. The regional breakdown for this year is as follows: Montréal (42.6% of commitments), Toronto (15.1%), Western provinces (33.4%), Atlantic provinces (1.9%) and other Ontario and Quebec cities (7.1%).

The Multimedia Fund provides end-to-end support for new media projects, with special emphasis on marketing. Under the terms of the Contribution Agreement signed with the Department of Canadian Heritage, distribution and marketing initiatives may benefit from nearly 40% of the available resources. In 1997-98, 13% of all assistance was devoted to marketing; this contribution rose to 22% in 1998-99 and will continue to climb as the volume of Canadian products expands and the industry approaches maturity and full international stature.

Cédérom Riopelle

d. Sophie Malouin

Tram Design Multimédia

This entertaining and interac-

tive CD-ROM provides a virtual

journey into the world of the

celebrated Québec artist

Jean-Paul Riopelle. It features

400 of the artist's works, more

than 100 hours of video, 100

portraits, one hour's worth of

archival video and sound, and

1,000 photographs.

Buddy Brush and

the Painted Playhouse

ITP Entertainment

This enhanced CD-ROM offers

children aged two to five an

innovative, interactive musical

adventure. To date, licensing

agreements have been signed

with the Netherlands, Belgium,

France, Italy, Spain and

Taiwan. The CD-ROM will be

distributed through the

Entertainment Catalogue, which

has more than 1.7 million

subscribers among parents

and educators across

North America.



LOOKING TO THE FUTURE

This annual report attests to a year marked by increased efficiency, effective adjustments and well-targeted initiatives, all aimed at ensuring that Telefilm Canada enters the 21st century in pace with Canada's dynamic and rapidly evolving audiovisual industry.

As a cultural investor, Telefilm will pursue its tradition of supporting high-quality feature film, television and multimedia projects. While consolidating its mandate, the Corporation will also join with its various client groups to promote a number of important matters.

- **Renewal of the Canadian Television Fund.** This fund is one of the great public-private sector success stories. It has proven to be a key instrument in the growth of Canadian television, and Canada's entire audiovisual community is eager to see it renewed.
- **New feature film policies.** Telefilm will be an important partner for both the government and the industry in defining new policies for Canadian cinema. These policies will ensure that our films take their rightful place on both domestic and foreign screens. The Corporation will continue to advocate the injection of new funding for feature films.
- **Increased support for multimedia.** The rapidly expanding multimedia sector offers a wide range of original products that warrant greater visibility. Telefilm will provide increased promotional support for this industry at home and abroad.
- **Training and new talent.** More than ever, Telefilm will be involved in the federal government's

priority initiatives for young people, training and the development of emerging talent. It is essential that new voices from all regions of the country be heard.

- **Small- and mid-size businesses.** Telefilm will continue to support projects from large Canadian companies but will provide increased assistance for small- and mid-size businesses to assist them in developing the infrastructures necessary for corporate growth.
- **International vision.** The development of international partnerships is integral to Telefilm's mandate and remains a priority. Among other initiatives, the Corporation will encourage greater synergy among the international partners of Canadian producers.
- **Increased revenues.** Revenues serve to cover Telefilm's administrative expenses and provide additional money for production activities. It should be noted that every single dollar recouped translates into approximately three production dollars; in other words, recoupment triples production activity. The Corporation will also be seeking new sources of financing.
- **Administrative challenges.** The Corporation will continue to decentralize its services. Performance measures and an activity-based costing program will be implemented. Employees will benefit from professional development initiatives to help them better serve the industry. And Telefilm intends to maintain its administrative expenses below 9% of its commitments.

Financial statements

The financial statements of the Canadian Film Development Corporation are the responsibility of management and have been approved by the Board of Directors of the Corporation. The financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles and, where appropriate, include estimates based on the experience and judgment of management. Management is also responsible for all other information in the annual report and for ensuring that this information is consistent with the financial statements.

Management maintains books of account, financial and management control, and information systems, together with management practices designed to provide reasonable assurance that reliable and relevant information is available on a timely basis, that assets are safeguarded and controlled, that resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that operations are carried out effectively. These systems and practices are also designed to provide reasonable assurance that transactions are

in accordance with the *Financial Administration Act* and its regulations, the *Canadian Film Development Corporation Act*, the by-laws and policies of the Corporation, the Memoranda of Understanding, and the Contribution Agreements with the Department of Canadian Heritage.

The Board of Directors is responsible for ensuring that management fulfils its responsibilities for financial reporting as stated above. The Board exercises its responsibilities through the Audit Committee, which consists of directors who are not officers of the Corporation. The Audit Committee reviews the quarterly financial statements, as well as the annual financial statements and related reports; the Committee meets with the external auditors annually, and may make recommendations to the Board of Directors with respect to these and/or related matters.

The external auditor, the Auditor General of Canada, conducts an independent examination of the financial statements and reports to the Corporation and to the Minister of Canadian Heritage.



François Macerola
Executive Director



Danny Chalifour
Director, Finance and Administration

Montreal, Canada
May 28, 1999

I have audited the balance sheet of the Canadian Film Development Corporation as at March 31, 1999 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 1999 and the results of its operations and its cash flow for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles. As required by the *Financial Administration Act*, I report that, in my opinion, these principles have been applied, after giving retroactive effect to the change in the method of accounting for Government funding for depreciable properties as explained in note 3 to the financial statements, on a basis consistent with that of the preceding year.

Further, in my opinion, proper books of account have been kept by the Corporation and the financial statements are in agreement therewith and the transactions of the Corporation that have come to my notice during my audit of the financial statements have, in all significant respects, been in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations, the *Canadian Film Development Corporation Act* and the by-laws of the Corporation.



Sheila Fraser, FCA
Deputy Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 28, 1999

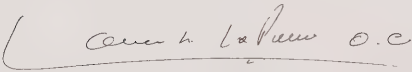
BALANCE SHEET

March 31, 1999, with comparative figures for 1998

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars Restated (Note 3) |
|---------------------------------|------------------------------------|---|
| Assets | | |
| Current assets | | |
| Loans (note 4) | 1,075 | 2,889 |
| Receivable from Canada (note 5) | 27,777 | 38,112 |
| Accounts receivable | 5,242 | 3,913 |
| Prepaid expenses | 681 | 628 |
| | 34,775 | 45,542 |
| Loans (note 4) | 5,340 | 3,489 |
| Investments | 109 | 34 |
| Capital assets (note 6) | 1,816 | 2,232 |
| | 42,040 | 51,297 |

See accompanying notes to financial statements.

Approved by the Board:



Laurier L. LaPierre, O.C.
Chairman

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars Restated (Note 3) |
|---|------------------------------------|---|
| Liabilities and Equity of Canada | | |
| Current liabilities | | |
| Accounts payable and accrued liabilities | 8,145 | 11,729 |
| Long-term liabilities | | |
| Provision for employee termination benefits | 773 | 757 |
| Deferred lease inducements | 83 | 110 |
| Deferred capital funding (note 7) | 1,816 | 2,232 |
| | 2,672 | 3,099 |
| Equity of Canada | 31,223 | 36,469 |
| Commitments (note 11) | | |
| Contingencies (note 13) | | |
| | 42,040 | 51,297 |

See accompanying notes to financial statements.

Approved by Management:



François Macerola
Executive Director

STATEMENT OF OPERATIONS & EQUITY OF CANADA

Year ended March 31, 1999, with comparative figures for 1998

| | INVESTMENTS In thousands of dollars | RECOVERIES ON INVESTMENTS In thousands of dollars | 1999 NET AMOUNT In thousands of dollars | 1998 NET AMOUNT In thousands of dollars Restated (Note 3) |
|---|---|--|---|--|
| Assistance expenses | | | | |
| Production and development | | | | |
| Canadian television fund (note 9) | 109,149 | (12,120) | 97,029 | 100,895 |
| Feature film fund | 20,062 | (2,806) | 17,256 | 11,412 |
| Official co-productions | 1,619 | 12 | 1,631 | 1,166 |
| Multimedia | 1,476 | (373) | 1,103 | 566 |
| Production revenue sharing program | 1,821 | (836) | 985 | 2,635 |
| Commercial production fund | 1,191 | (1,087) | 104 | 6,028 |
| Other | 370 | (41) | 329 | 550 |
| | 135,688 | (17,251) | 118,437 | 123,252 |
| Distribution and marketing | | | | |
| Feature film distribution fund | 10,897 | (5,068) | 5,829 | 5,422 |
| National and international marketing | 1,631 | (242) | 1,389 | 1,351 |
| | 12,528 | (5,310) | 7,218 | 6,773 |
| Versioning and subtitling | 2,516 | (1,665) | 851 | 853 |
| Complementary activities | | | | |
| Grants to Canadian festivals | 1,879 | — | 1,879 | 1,520 |
| Industrial and professional development | 1,536 | — | 1,536 | 1,452 |
| Pre Professional development | 1,300 | — | 1,300 | 1,325 |
| Participation in foreign markets | 724 | — | 724 | 532 |
| Participation in foreign festivals | 520 | — | 520 | 572 |
| Advertising, promotion & publications | 457 | — | 457 | 432 |
| Other | 183 | — | 183 | 282 |
| | 6,599 | — | 6,599 | 6,115 |
| | 157,331 | (24,226) | 133,105 | 136,993 |
| Operating expenses (note 10) | | | 15,770 | 14,354 |
| Cost of operations for the year | | | 148,875 | 151,347 |
| Revenue | | | | |
| Interest on loans | | | (161) | (715) |
| Other interest | | | (264) | (208) |
| Management fees | | | (33) | (37) |
| | | | (458) | (960) |
| Net cost of operations for the year before government assistance | | | 148,417 | 150,387 |
| Government assistance | | | | |
| Parliamentary appropriation for operations | | | 78,301 | 80,723 |
| Contributions from the Department of Canadian Heritage (note 8) | | | 64,291 | 76,800 |
| Amortization of deferred capital funding (note 7) | | | 579 | 685 |
| | | | 143,171 | 158,208 |
| Net profit (loss) from operations | | | (5,246) | 7,821 |
| Equity of Canada at the beginning | | | 36,469 | 28,648 |
| Equity of Canada at the end | | | 31,223 | 36,469 |

See accompanying notes to financial statements.

CASH FLOW STATEMENT

Year ended March 31, 1999, with comparative figures for 1998

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars Restated (Note 1) |
|---|------------------------------------|---|
| Operating activities | | |
| Net profit (loss) from operations | (5,246) | 7,821 |
| Adjustments for: | | |
| Increase (decrease) in the allowance for loan impairment | 31 | (249) |
| Write-off of loans not previously provisioned | 39 | — |
| Amortization of capital assets | 529 | 650 |
| Loss on disposal of capital assets | 44 | 20 |
| Increase in the provision for employee termination benefits | 16 | 60 |
| Decrease in deferred lease inducements | (27) | (28) |
| Amortization of deferred capital funding | (579) | (685) |
| | (5,193) | 7,589 |
| Variations in non-working capital cash items | | |
| Increase in accounts receivable | (1,329) | (97) |
| Increase in prepaid expenses | (53) | (252) |
| Decrease in accounts payable and accrued liabilities | (3,584) | (8,636) |
| | (10,159) | (1,396) |
| Financing activities | | |
| Parliamentary appropriation for capital funding | 163 | 423 |
| Investing activities | | |
| Loans | (5,568) | (5,268) |
| Reimbursements of loans | 5,461 | 10,198 |
| Investments | (75) | (34) |
| Reimbursements of investments | — | 265 |
| Acquisition of capital assets | (163) | (423) |
| Proceeds from disposal of capital assets | 6 | 15 |
| | (339) | 4,753 |
| Increase (decrease) in liquidity | (10,335) | 3,780 |
| Receivable from Canada at the beginning (note 5) | 38,112 | 34,332 |
| Receivable from Canada at the end (note 5) | 27,777 | 38,112 |

See accompanying notes to financial statements.

1. AUTHORITY AND ACTIVITIES

The Corporation was established in 1967 by the *Canadian Film Development Corporation Act* with the objective of fostering and promoting the development of a feature film industry in Canada. The Corporation has since been charged with the administration of the Canadian Broadcast Program Development Fund (Television Fund) established on July 1, 1983 within the framework of the Broadcasting Strategy for Canada as well as with the management of various new programs established under the National Film and Video Policy of May 1984. The Act was amended in June 1994 to grant the Corporation the authority to guarantee loans.

In September 1996, the Minister of Canadian Heritage created the Canadian Television Fund (CTF). Created to foster a partnership between the government and the industry, this new fund brings together the Corporation's television fund and the cable distributors production fund. Two financial assistance programs constitute the CTF: the equity investment program and the license fee program. The Corporation was given the responsibility for the management of the equity investment program.

In July 1997, the Corporation was given the responsibility for the administration of the funding program in support of pre-professional development and in July 1998, the management of the Multimedia Fund.

The Corporation is a Crown corporation subject *inter alia* to the provisions of Part VIII of the *Financial Administration Act* as it read before its repeal in 1984 and as if it continued to be named in Schedule C of the Act.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

a) Financing sources of the Corporation

The Corporation obtains its funds mainly from the Government of Canada by means of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canadian Heritage. The portion of the parliamentary appropriation used to finance the acquisition of depreciable capital assets is recorded as deferred capital funding on the balance sheet and amortized on the same basis as the related capital assets. The other portion of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canada Heritage are recorded on the Statement of Operations and Equity of Canada.

b) Liquidity and amount receivable from Canada

The financial operations of the Corporation are processed through the Consolidated Revenue Fund of Canada, thus the absence of bank accounts. For the purposes of the financial statements, its liquidity consists of a receivable from Canada. The amount receivable from Canada is comprised of the unused cumulative receipts and the disbursements made after year end and related to current year operations.

c) Investments and allowance for losses

Investments include all forms of assistance granted for feature films and Canadian programming, excluding loans. Investments are accounted for as follows:

- Investments granted in return for a share in operating revenues and accompanied by pre-established obligations to reimburse on a term generally not exceeding three years are shown on the balance sheet at their face value, less an allowance for losses. The allowance for losses is determined by examining each investment individually and is charged to operations as assistance expenses.
- Investments granted in return for a share in operating revenues other than those accompanied by pre-established obligations to reimburse as well as non-recoverable investments are charged to operations as assistance expenses. These expenses are charged to operations in the year in which the funds are paid or have become payable.
- Recoveries on investments, other than those recognized on the balance sheet, are credited to operations as a reduction of assistance expenses in the year in which the funds are received or have become receivable. Any proceeds in excess of the related investment are accounted for as revenues.

d) Loans and allowance for losses

The Corporation grants loans for the financing of Canadian programming, feature films and new media. Loans are shown on the balance sheet at the principal amount increased by accrued interest receivable, net of an allowance for impairment. The allowance for losses is determined by examining each loan individually and is charged to operations as assistance expenses. The evaluation is based on the receivables taken as security as well as the borrower's financial situation.

A loan is considered to be impaired as a result of a deterioration in credit quality to the extent that the Corporation no longer has reasonable assurance that the full amount of principal and interest will be collected in accordance with the terms of the loan agreement. When a loan is considered impaired, the carrying amount of the loan is reduced to its estimated realizable value by discounting the expected cash flows at the effective interest rate inherent in the loan.

e) Interest revenue

Interest on loans is recorded as income on an accrual basis except for loans which are considered impaired. When a loan becomes impaired, recognition of interest in accordance with the terms of the original loan agreement ceases.

f) Other interest revenue

Other interest revenue is recognized on an accrual basis and represents the amounts charged on all amounts, other than loans, due to the Corporation, less an allowance for losses. This allowance for losses is determined by examining each amount individually.

g) Capital assets

Capital assets are recorded at cost. Amortization is provided using the following methods and annual rates:

| ASSET | BASIS | RATE |
|-------------------------|---------------------|---------------------|
| Computer installations | Diminishing-balance | 20% |
| Software | Straight-line | 5 years |
| Furniture and equipment | Diminishing balance | 20% |
| Leasehold improvements | Straight-line | Terms of the leases |

h) Employee termination benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment. The cost of these benefits is expensed in the year in which they are earned by the employees.

i) Pension plan

Admissible employees participate in the superannuation plan administered by the Government of Canada. The employees and the Corporation contribute equally to the cost of the plan. This contribution represents the total liability of the Corporation. Contributions in respect of current services and admissible past services are expensed during the year in which payments are made. The Corporation is not required under present legislation to make contributions with respect to actuarial deficiencies of the Public Service Superannuation Account.

j) Measurement uncertainty

The preparation of financial statements in accordance with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. The allowance for losses on impaired loans, employee termination benefits and contingencies are the most significant items where estimates are used. Actual results could differ from those estimates.

3. CHANGE IN ACCOUNTING POLICY

Previously, parliamentary appropriations received from the government of Canada and the contributions from the Department of Canadian Heritage were presented in the Equity of Canada. In order to conform to the new recommendation of the Public Sector Accounting Board of the Canadian Institute of Chartered Accountants, the Corporation now records the parliamentary appropriation used to finance the acquisition of depreciable capital assets as deferred capital funding on the balance sheet, and amortizes it on the same basis as the related capital assets. The balance of the parliamentary appropriation and the contributions by the Department of Canadian Heritage are presented on the Statement of Operations and Equity of Canada. As a result of this change in accounting policy, which has been applied retroactively, the Equity of Canada has been reduced by \$1,816,000 (\$2,232,000 in 1998), the deferred capital funding has been increased by an equivalent amount and the net profit from operations has been increased by \$416,000 (\$262,000 in 1998).

4. LOANS AND ALLOWANCE FOR LOSSES

Loans with a carrying value of \$5,020,537 granted for production and marketing projects in the Multimedia Fund are interest-free loans. Generally these loans are repayable in twelve consecutive equal monthly installments beginning twelve to twenty-four months after the agreed completion date of the project. For other loans, interest charged does not exceed the prime rate plus 2%. The loans have a term generally not exceeding three years.

As at March 31, the loans are detailed as follows:

| | AMOUNT | ALLOWANCE | 1999 NET AMOUNT | 1998 NET AMOUNT |
|----------------------|----------------------------|--|----------------------------|----------------------------|
| | In thousands of dollars | FOR LOSSES In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars |
| Loans | 6,260 | (9) | 6,251 | 6,378 |
| Impaired loans | 680 | (516) | 164 | — |
| | 6,940 | (525) | 6,415 | 6,378 |
| Less current portion | 1,600 | (525) | 1,075 | 2,889 |
| | 5,340 | — | 5,340 | 3,489 |

4. LOANS AND ALLOWANCE FOR LOSSES (CONTINUED)

The allowance for losses is detailed as follows:

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars |
|-----------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Balance at beginning | 1,004 | 2,079 |
| Write-offs | — | (166) |
| Recoveries | (510) | (660) |
| Allowance | 31 | (249) |
| Balance at end | 525 | 1 004 |

5. RECEIVABLE FROM CANADA

The receivable from Canada presented on the cash flow statement includes the following amounts recognized on the balance sheet:

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| Unused cumulative receipts | 19,926 | 26,524 |
| Disbursements made after year end and related to current year operations | 7,851 | 11,588 |
| | 27,777 | 38,112 |

6. CAPITAL ASSETS

| | COST AMORTIZATION In thousands of dollars | ACCUMULATED In thousands of dollars | 1999 NET In thousands of dollars | 1998 NET In thousands of dollars |
|-------------------------|--|---|---|---|
| Computer installations | 3,688 | 2,904 | 784 | 936 |
| Software | 3,218 | 2,722 | 496 | 620 |
| Leasehold improvements | 1,364 | 1,050 | 314 | 409 |
| Furniture and equipment | 2,064 | 1,842 | 222 | 267 |
| | 10,334 | 8,518 | 1,816 | 2,232 |

7. DEFERRED CAPITAL FUNDING

The amount presented on the balance sheet is detailed as follows:

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| Balance at beginning | 2,232 | 2,494 |
| Parliamentary appropriation for capital funding | 163 | 423 |
| Amortization of deferred capital funding | (579) | (685) |
| Balance at end | 1,816 | 2,232 |

8. CONTRIBUTIONS FROM THE DEPARTMENT OF CANADIAN HERITAGE

The contributions received from the Department of Canadian Heritage are detailed as follows:

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars |
|--|------------------------------------|------------------------------------|
| Canadian Television Fund – Equity Investment Program | 57,241 | 75,500 |
| Multimedia | 5,750 | — |
| Pre Professional Development | 1,300 | 1,300 |
| | 64,291 | 76,800 |

9. CANADIAN TELEVISION FUND - EQUITY INVESTMENT PROGRAM

The Equity Investment Program is financed by a contribution from the Department of Canadian Heritage and the annual operating budget of the Corporation. The cost of operations for the program excluding operating expenses is detailed as follows:

| | CORPORATION | DEPARTMENT | 1999 TOTAL In thousands of dollars | 1998 TOTAL In thousands of dollars |
|----------------------------------|-------------|------------|---|---|
| Investments | | | | |
| Canadian programming | 52,073 | 41,009 | 93,082 | 94,582 |
| Feature films | — | 16,067 | 16,067 | 17,049 |
| | 52,073 | 57,076 | 109,149 | 111,631 |
| Recoveries on investments | (10,157) | (1,963) | (12,120) | (10,736) |
| | 41,916 | 55,113 | 97,029 | 100,895 |

10. OPERATING EXPENSES

| | 1999 In thousands of dollars | 1998 In thousands of dollars |
|--------------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Salaries and employee benefits | 8,480 | 8,161 |
| Rent, taxes, heating and electricity | 2,150 | 2,033 |
| Professional services | 1,700 | 1,048 |
| Office expenses | 1,114 | 1,006 |
| Travel | 788 | 764 |
| Advertising and publications | 605 | 323 |
| Amortization | 529 | 650 |
| Telecommunications | 227 | 230 |
| Relocation | 108 | 62 |
| Hospitality | 69 | 77 |
| | 15,770 | 14,354 |

11. COMMITMENTS

a) Projects

As at March 31, 1999, the Corporation is committed contractually to advance funds as loans and investments:

| | CORPORATION In thousands of dollars | DEPARTMENT In thousands of dollars | TOTAL In thousands of dollars |
|--|---|--|-------------------------------------|
| Canadian Television Fund – Equity Investment Program | 11,642 | 9,676 | 21,318 |
| Other programs | 8,109 | 969 | 9,078 |
| | 19,751 | 10,645 | 30,396 |

In addition the Corporation has accepted to finance projects that may call for disbursements totalling \$823,522. Under a production revenue sharing program, the Corporation has reserved funds totalling \$1,812,117 as at March 31, 1999 for the financing of projects yet to be submitted under certain conditions.

b) Leases

The Corporation has entered into long-term leases for the rental of office space and equipment used in its operations. The aggregate minimum annual rentals payable during subsequent years are as follows:

| | TOTAL In thousands of dollars |
|-----------|----------------------------------|
| 2000 | 2,266 |
| 2001 | 2,284 |
| 2002 | 2,168 |
| 2003 | 2,148 |
| 2004 | 550 |
| 2005-2008 | 77 |
| | 9,493 |

12. RELATED PARTY TRANSACTIONS

The Corporation is related in terms of common ownership to all Government of Canada created departments, agencies and Crown corporations. The Corporation enters into transactions with these entities in the normal course of business, and are recorded at exchange value.

13. CONTINGENCIES

The Corporation guarantees the reimbursement of loans or debts incurred by third parties with financial institutions within the loan guarantee program. The total amount of the Corporation's guarantees cannot exceed, at any time, \$25,000,000. The interest rate cannot exceed the lending institutions' prime rate plus 2%, and eligible security must be obtained from the borrower. The guarantees as at March 31, 1999 totalled \$2,660,961 (1998 – \$2,106,740). A provision for losses is recorded when management can estimate that a loss is likely to occur.

In the ordinary course of business, various claims and lawsuits have been brought against the Corporation. In the opinion of management, the losses, if any, which may result from the settlement of the matters are not likely to be material and accordingly no provision has been made in the accounts of the Corporation. In the event that such expenses were to occur, they would be charged to expense when determined.

14. FAIR VALUE OF FINANCIAL ASSETS AND LIABILITIES

The carrying amounts reported for investments, accounts receivable, accounts payable and accrued liabilities and commitments on projects approximate their fair value due to the relatively short periods to maturity of the instruments.

The following table presents the carrying amounts and fair values of the Corporation's other financial instruments:

| | CARRYING AMOUNT In thousands of dollars | 1999 FAIR VALUE In thousands of dollars | CARRYING AMOUNT In thousands of dollars | 1998 FAIR VALUE In thousands of dollars |
|------------------|--|---|--|---|
| Short-term loans | 1,075 | 952 | 2,889 | 2,694 |
| Long-term loans | 5,340 | 4,524 | 3,489 | 3,104 |

The fair values of loans have been established by discounting the future contractual cash flows under current loan arrangements, at discount rates equal to the prevailing market rate of interest for financial instruments having substantially the same terms and characteristics.

15. UNCERTAINTY DUE TO THE YEAR 2000 ISSUE

The Year 2000 Issue arises because many computerized systems use two digits rather than four to identify a year. Date-sensitive systems may recognize the year 2000 as 1900 or some other date, resulting in errors when information using year 2000 dates is processed. In addition, similar problems may arise in some systems which use certain dates in 1999 to represent something other than a date. The effects of the Year 2000 Issue may be experienced before, on, or after January 1, 2000, and, if not addressed, the impact on operations and financial reporting may range from minor errors to significant systems failure which could affect an entity's ability to conduct normal business operations. It is not possible to be certain that all aspects of the Year 2000 Issue affecting the entity, including those related to the efforts of customers, suppliers, or other third parties, will be fully resolved.

16. COMPARATIVE FIGURES

Some of the 1998 comparative figures have been reclassified to conform with the presentation adopted for 1999.

12. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

La Société est apparue en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, ce qui est constaté selon la valeur de l'échange.

13. ÉVENTUALITÉS

La Société garantit le remboursement d'emprunt ou de dettes contractées par des tiers auprès d'institutions financières dans le cadre du programme de cautionnements de prêts. Le total des montants cautionnés par la Société ne peut excéder, à tout moment, 25 000 000 000 \$. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le taux préférentiel de l'institution financière, majoré de 2 %, et des sûretés admissibles doivent être exigées de l'emprunteur. Les cautionnements au 31 mars 1999 totalisent 2 660 961 \$ (1998 – 2 106 740 \$). Une provision pour pertes est comptabilisée lorsque la direction est en mesure d'estimer qu'une perte est probable.

Dans le cours normal des affaires, diverses revendications et poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que les pertes, s'il y en a, qui peuvent résulter du règlement de ces litiges ne seront probablement pas importantes; elles seraient imputées aux résultats de l'exercice.

14. JUSTE VALEUR COMPTABLE DES ACTIFS ET PASSIFS FINANCIERS

La valeur comptable des investissements, des débiteurs, des créditeurs et frais courus et des engagements sur les projets correspond approximativement à leur juste valeur du fait que les instruments qui s'y rapportent ont des échéances relatives brèves.

Le tableau qui suit indique la valeur comptable et la juste valeur des autres instruments financiers que la Société a conclus :

| | Prêts à court terme | Prêts à long terme | | | |
|--|---------------------|--------------------|--|-------------|-------------|
| | COMPTE | COMPTE | | COMPTE | COMPTE |
| | JUSTE | JUSTE | | JUSTE | JUSTE |
| | 1999 | 1998 | | 1999 | 1998 |
| | en millions | en millions | | en millions | en millions |
| | de dollars | de dollars | | de dollars | de dollars |
| | 5 340 | 1 075 | | 4 524 | 2 889 |
| | 3 489 | 2 694 | | 3 104 | 2 694 |

15. INCERTITUDE DÉCOULANT DU PASSAGE À L'AN 2000

Le passage à l'an 2000 pose un problème parce que de nombreux systèmes informatiques utilisent deux chiffres plutôt que quatre pour identifier l'année. Les systèmes sensibles aux dates peuvent confondre l'an 2000 avec l'année 1900 ou une autre date, ce qui entraîne des erreurs lorsque des informations faisant intervenir des dates de l'an 2000 sont traitées. En outre, des problèmes semblables peuvent se manifester dans des systèmes qui utilisent certaines dates de l'année 1999 pour représenter autre chose qu'une date. Les discussions du problème du passage à l'an 2000 pourront se faire sentir le 1^{er} janvier de l'an 2000, ou encore avant ou après cette date, et, si l'on n'y remédie pas, les conséquences sur l'exploitation et l'information financière peuvent aller d'erreurs mineures à une défaillance importante des systèmes qui pourrait nuire à la capacité de l'entité d'exercer normalement ses activités. Il n'est pas possible d'être certain que tous les aspects du problème du passage à l'an 2000 qui ont une incidence sur l'entité, y compris ceux qui ont trait aux efforts déployés par les clients, les fournisseurs ou d'autres tiers, seront entièrement résolus.

16. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres comparatifs de 1998 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 1999.

9. FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL
Le programme de participation au capital est financé par une contribution du ministère du Patrimoine canadien et par le budget d'opération de la Société. Le coût de l'exploitation du programme, excluant les dépenses de fonctionnement, se détaille comme suit :

| Investissements | Émissions canadiennes | Longs métrages | Récupération sur investissements | | |
|-----------------|-----------------------|----------------|----------------------------------|---------|----------|
| | | | (10 157) | (1 963) | (12 120) |
| 52 073 | — | 52 073 | 41 916 | 55 113 | 97 029 |
| 41 009 | 16 067 | 57 076 | | | |
| 93 082 | 16 067 | 109 149 | | | |
| 94 582 | 17 049 | 111 631 | | | |
| (10 736) | | | | | |
| 100 895 | | | | | |

10. DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

| Salaires et avantages sociaux | Location, taxes, chauffage et électricité | Honoraires professionnels | Frais de bureau | Voyages | Publicité et publications | Amortissement | Télécommunications | Frais de relocation | Frais de représentation |
|-------------------------------|---|---------------------------|-----------------|---------|---------------------------|---------------|--------------------|---------------------|-------------------------|
| | | | | | | | | | |
| 8 480 | 2 150 | 1 700 | 1 114 | 1 006 | 764 | 323 | 529 | 227 | 108 |
| 8 161 | 2 033 | 1 048 | 1 006 | 764 | 323 | 529 | 227 | 108 | 62 |
| 1998 | | | | | | | | | 77 |
| 1999 | | | | | | | | | 14 354 |

11. ENGAGEMENTS

a) Projets

Au 31 mars 1999, la Société est engagée contractuellement à avancer des fonds à titre de prêts et d'investissements :

| Fonds canadien de télévision | — Programme de participation au capital | Autres programmes | SOCIÉTÉ | MINISTÈRE | TOTAL |
|------------------------------|---|-------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | | | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 11 642 | 8 109 | 19 751 | | | |
| 9 676 | 969 | 10 645 | | | |
| 21 318 | 9 078 | 30 396 | | | |

De plus, la Société a accepté des projets de financement qui pourraient appeler des débours de 823 522 \$. En vertu du programme de partage des revenus de production, la Société a réservé au 31 mars 1999 des fonds totalisant 1 812 117 \$ pour financer des projets à être soumis sous certaines conditions.

b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

| TOTAL | En milliers de dollars | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005-2008 |
|-------|------------------------|------|-------|-------|-------|------|-----------|
| | | | | | | | |
| 2 266 | | | 2 284 | 2 168 | 2 148 | 550 | 77 |
| 9 493 | | | | | | | |

4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES (SUITE)

La provision pour pertes se détaille comme suit :

| | |
|------------------------|------------------------|
| 1998 | 1999 |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 2 079 | 1 004 |
| (166) | — |
| (660) | (510) |
| (249) | 31 |
| 1 004 | 525 |
| Solde à la fin | |

5. À RECEVOIR DU CANADA

Le solde à recevoir du Canada figurant dans l'état des flux de trésorerie comprend les montants suivants comptabilisés dans le bilan :

| | |
|--|------------------------|
| 1998 | 1999 |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 26 524 | 19 926 |
| 11 588 | 7 851 |
| 38 112 | 27 777 |
| Recettes cumulatives non utilisées | |
| Débours effectués après la fin d'exercice relativement | |
| aux opérations de l'exercice courant | |

6. IMMOBILISATIONS

| | | | |
|-----------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| 1998 | 1999 | 1998 | 1999 |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 936 | 784 | 2 904 | 3 688 |
| 620 | 496 | 2 722 | 3 218 |
| 409 | 314 | 1 050 | 1 364 |
| 267 | 222 | 1 842 | 2 064 |
| 2 232 | 1 816 | 8 518 | 10 334 |
| Installations informatiques | | PRIX | |
| Logiciels | | AVOIR SÉMIÉNT | |
| Améliorations locatives | | CUMULÉ | |
| Mobilier et équipement | | COUTANT | |

7. AIDE EN CAPITAL REPORTÉE

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

| | |
|---|------------------------|
| 1998 | 1999 |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 2 494 | 2 232 |
| 423 | 163 |
| (685) | (579) |
| 2 232 | 1 816 |
| Solde au début | |
| Crédit parlementaire pour l'aide en capital | |
| Amortissement de l'aide en capital reportée | |
| Solde à la fin | |

8. CONTRIBUTIONS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN

Les contributions reçues du ministère du Patrimoine canadien se détaillent comme suit :

| | |
|--|------------------------|
| 1998 | 1999 |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 75 500 | 57 241 |
| — | 5 750 |
| 1 300 | 1 300 |
| 76 800 | 64 291 |
| Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital | |
| Multimédia | |
| Développement professionnel | |

Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant. L'amortissement est déterminé selon les méthodes et aux taux annuels suivants

Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant. L'amortissement est déterminé selon les méthodes

| | | |
|-------------------------|-----------|----------------|
| ÉLÉMENT D'ACTIF | MÉTHODE | TAUX |
| Logiciels | Dégressif | 20 % |
| Mobilier et équipement | Linéaire | 5 ans |
| Améliorations locatives | Dégressif | 20 % |
| | Linéaire | Durée des baux |

Les employés ont droit à des prestations de cessation d'emploi tel que le prévoient leurs conditions d'emploi

Les employés ont droit à des prestations de cessation d'emploi tel que le prévoient leurs conditions d'emploi

Le coût de ces prestations est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées par les employés.

et la Société partagent également le coût du régime. Cette contribution représente la responsabilité totale de la Société. Les contributions pour les services antérieurs admissibles sont imputées aux résultats de l'exercice au cours duquel les paiements sont effectués. D'après les lois actuelles, la Société n'est pas tenue de verser une contribution au titre des insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la Fonction publique.

de l'exercice au cours duquel les paiements sont effectués. D'après les lois actuelles, la Société n'est pas tenue de verser une contribution au titre des insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la Fonction publique.

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimations et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour pertes sur prêts, les prestations de cessation d'emploi et les éventualités sont les éléments les plus importants où des estimations sont utilisées. Les résultats réels peuvent différer de ces estimations.

Après avoir vu les crédits parlementaires versés au gouvernement du Canada et les contributions du ministre du Patrimoine canadien etien crédits comptabilisés à l'avoir du Canada. Afin de respecter les nouvelles recommandations du Conseil sur la comptabilité et la vérification dans le secteur public de l'Institut canadien des comptables agréés, la Société enregistre maintenant les crédits parlementaires utilisés pour l'acquisition d'immobilisations comme aide en capital reportée au bilan et les amortit selon la même base que les immobilisations auxuelles ils se rapportent. Le solde du crédit parlementaire reçu et les contributions du ministre du Patrimoine canadien sont comptabilisés à l'état des résultats et de l'avoir du Canada. Cette modification de convention comptable, qui a été appliquée rétroactivement, a eu pour effet de réduire l'avoir du Canada de 1 816 000 \$ (2 322 000 \$ en 1998) et d'augmenter l'aide en capital reportée d'autant, ainsi que d'augmenter le bénéfice net d'exploitation de 476 000 \$ (562 000 \$ en 1998).

Les données relatives aux contributions des particuliers au programme de crédit d'impôt pour l'achat de biens immobiliers sont présentées dans le tableau 1. Les contributions des particuliers ont augmenté de 1 816 000 \$ en 1998 et de 232 000 \$ en 1999, ce qui a entraîné une augmentation de 2 048 000 \$ de l'impôt en capital reporté. Cette augmentation est due à l'augmentation de l'impôt en capital reporté de 1 816 000 \$ en 1998 et de 232 000 \$ en 1999, ce qui a entraîné une augmentation de 2 048 000 \$ de l'impôt en capital reporté.

Les prêts d'une valeur comptable de 5 020 537 \$ octroyés à titre d'aide à la production et la mise en marché du Fonds pour le multimédia ne portent pas intérêts. Généralement, ces prêts sont remboursables en 12 paiements mensuels égaux et consécutifs débutant 12 à 24 mois après la date convenue de fin de projet. Pour les autres prêts, les intérêts chargés ne dépassent pas le taux préférentiel, majoré de 2 %. La durée des prêts s'échelonne sur une période n'excédant

Au 31 mars, le total des prêts se détaille comme suit :

| | | | | | | | |
|------|-----------|-----|------------------------|-------|-------|-------|-----------------------------|
| 1998 | MONTANT | NET | En milliers de dollars | 6 378 | — | 6 378 | Prêts douteux |
| 1999 | MONTANT | NET | En milliers de dollars | 6 251 | (9) | 6 260 | Prêts |
| | PROVISION | NET | En milliers de dollars | (516) | (525) | 680 | |
| | | | | 6 940 | 1 600 | 6 940 | Moins portion à court terme |
| 2000 | | | | 5 340 | — | 5 340 | |
| 2001 | | | | 3 489 | | 3 489 | |

1. STATUT ET ACTIVITÉS

La Société a été constituée en 1967 par la Loi sur la Société

de développement de l'industrie cinématographique canadienne

avec l'objectif de favoriser et d'encourager le développement

de l'industrie du long métrage au Canada. Depuis, elle s'est

vu confier la gestion du Fonds de développement de la pro-

duction d'émissions canadiennes (Fonds de télévision) établi

le 1^{er} juillet 1983 dans le cadre de la Stratégie canadienne de

la radio(télé)diffusion ainsi que la gestion de nouveaux pro-

grammes dans le cadre de la Politique du film et de la vidéo

de mai 1984. La loi a été modifiée en juin 1994 afin d'accorder

à la Société l'autorité de garantir des prêts.

En septembre 1996, le ministre du Patrimoine canadien

a créé le Fonds canadien de télévision (FCT). Conçu dans

un esprit de partenariat entre l'État et l'industrie, ce nouveau

Fonds réunit le Fonds de télévision de la Société et le Fonds

de production des cablodistributeurs. Deux programmes

d'aide financière composent le FCT : le programme de parti-

cipation au capital et le programme de droits de diffusion.

La Société s'est vu confier la gestion du programme de

participation au capital.

En juillet 1997, la Société s'est vu confier l'administration

du programme de financement à l'appui du développement

préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds

pour le multimédia.

La Société est une société d'État régie, inter alia, par la

Loi sur la gestion des finances publiques selon les dispositions

de la partie VIII de cette loi telle qu'elle existait lors de son

abrogation en 1984 et au même titre que si elle avait

continué d'être mentionnée à l'annexe C de cette loi.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS

a) Sources de financement de la Société

La Société obtient des fonds principalement du gouver-

nement du Canada par le biais d'un crédit parlementaire

et de contributions du ministre du Patrimoine canadien.

La partie du crédit parlementaire utilisée pour l'acquisi-

tion d'immobilisations est comptabilisée comme aide en

capital reportée au bilan, et est amortie selon la même

base que les immobilisations auxquelles elle se rapporte.

L'autre partie du crédit parlementaire et les contributions

du ministre du Patrimoine canadien sont comptabi-

lisées à l'état des résultats et de l'avoir du Canada.

b) Liquidité et montant à recevoir du Canada

Les opérations financières de la Société sont traitées par

le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires.

Aux fins des états financiers, sa liquidité est constituée

d'un montant à recevoir du Canada. Le montant à rece-

voir du Canada est composé des recettes cumulatives non

utilisées et des débours effectués après la fin de l'exercice

relativement aux opérations de l'exercice courant.

f)

Autres revenus d'intérêts

Les revenus d'intérêts sur prêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice et représentent les montants chargés sur les sommes dues à la Société, autres que les prêts, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque montant individuellement.

e)

Revenus d'intérêts

Les revenus d'intérêts sur prêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice sans pour les prêts jugés douteux. Lorsqu'un prêt devient douteux, la comptabilisation des intérêts conformes aux dispositions du contrat de prêt original cesse.

d)

Prêts et provision pour pertes

La Société accorde des prêts pour le financement d'émissions canadiennes, de longs métrages et de nou- veaux médias. Les prêts sont présentés au bilan à leur valeur nominale majorée des intérêts courus à recevoir, déduction faite d'une provision pour pertes sur les prêts douteux. La provision pour pertes est établie en exa- minant chaque prêt individuellement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support. L'évaluation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

c)

Investissements et provision pour pertes

Les investissements comprennent l'ensemble de l'aide accordée au soutien de l'industrie du long métrage et d'émissions canadiennes en excluant les prêts. Les investissements sont comptabilisés comme suit :

• Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis d'une obligation de remboursement préétablie, d'une durée n'excédant généralement pas trois ans, sont

montrés au bilan à la valeur nominale, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour

perdes est établie en examinant chaque investissement individuellement et elle est imputée aux résultats à

titre de dépenses de support.

• Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis

d'une obligation de remboursement préétablie, d'une

durée n'excédant généralement pas trois ans, sont

participation aux revenus d'exploitation et assortis

sement préétablie, ainsi que les investissements

ne prévoyant pas de récupération sont imputés aux

résultats à titre de dépenses de support. Ces dépenses

sont comptabilisées dans l'exercice au cours duquel

elles sont versées ou exigibles.

• Les récupérations sur investissements autres que ceux

qui sont reconnus au bilan sont montrées aux résultats

en diminution des dépenses de support au moment où

elles sont encaissées ou exigibles. Toute récupération qui

excède le montant de l'investissement est comptabilisée

comme revenu.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice terminé le 31 mars 1999, avec chiffres correspondants de 1998

1999
En milliers
de dollars
Redressé (note 3)

Activités d'exploitation

| | | |
|--|---------|-------|
| Bénéfice net (perte nette) | (5 246) | 7 821 |
| Ajustements pour | | |
| Augmentation (diminution) de la provision pour prêts douteux | 31 | (249) |
| Radiations de prêts non provisionnés | 39 | — |
| Amortissement des immobilisations | 529 | 650 |
| Perte sur l'aliénation d'immobilisations | 44 | 20 |
| Augmentation de la provision pour cessation d'emploi | 16 | 60 |
| Diminution des avantages incitatifs reportés sur bail | (27) | (28) |
| Amortissement de l'aide en capital reportée | (579) | (685) |
| | (5 193) | 7 589 |

Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement

| | | |
|---|----------|---------|
| Augmentation des débiteurs | (1 329) | (97) |
| Augmentation des frais payés d'avance | (53) | (252) |
| Diminution des comptes fournisseurs et frais courus | (3 584) | (8 636) |
| | (10 159) | (1 396) |

Activités de financement

| | | |
|--|-----|-----|
| Credit parlementaire — aide en capital | 163 | 423 |
|--|-----|-----|

Activités d'investissement

| | | |
|--|---------|---------|
| Prêts | (5 568) | (5 268) |
| Remboursements de prêts | 5 461 | 10 198 |
| Investissements | (75) | (34) |
| Remboursements d'investissements | — | 265 |
| Acquisition d'immobilisations | (163) | (423) |
| Produit sur l'aliénation d'immobilisations | (339) | 4 753 |

Augmentation (diminution) des liquidités

| | | |
|--|----------|--------|
| | (10 335) | 3 780 |
| A recevoir du Canada au début (note 5) | 38 112 | 34 332 |

A recevoir du Canada à la fin (note 5)

| | |
|--------|--------|
| 27 777 | 38 112 |
|--------|--------|

Voir les notes afférentes aux états financiers.

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA

Exercice terminé le 31 mars 1999, avec chiffres correspondants de 1998

| 1998 | 1999 | En milliers de dollars | En milliers de dollars |
|-------------------|------------------------|------------------------|----------------------------------|
| MONTANT NET | MONTANT NET | INVESTISSEMENTS | RÉCUPÉRATION SUR INVESTISSEMENTS |
| Redressé (note 3) | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |

| | | | |
|---------|---------|----------|---------|
| 100 895 | 97 029 | (12 120) | (2 806) |
| 11 412 | 17 256 | 12 | 1 631 |
| 1 166 | 1 103 | (373) | 985 |
| 566 | 2 635 | 104 | 6 028 |
| 550 | 329 | (41) | 118 437 |
| 123 252 | 118 437 | (17 251) | |

Dépenses de support

| | | | |
|---------|----------|---------|---------|
| 109 149 | 20 062 | (2 806) | 17 256 |
| 1 619 | 12 | 1 631 | 1 103 |
| 1 476 | (373) | 1 103 | 566 |
| 1 821 | (836) | 104 | 2 635 |
| 370 | (41) | 329 | 118 437 |
| 135 688 | (17 251) | | |

| | | | |
|--------|---------|-------|-------|
| 10 897 | (5 068) | 5 829 | 1 351 |
| 12 528 | (5 310) | 7 218 | 6 773 |

Doublage et sous-titrage

| | | | |
|-------|---------|-----|-----|
| 2 516 | (1 665) | 851 | 853 |
|-------|---------|-----|-----|

| | | | |
|---------|----------|---------|---------|
| 1 879 | — | 1 879 | 1 520 |
| 1 536 | — | 1 536 | 1 452 |
| 1 300 | — | 1 300 | 1 325 |
| 724 | — | 724 | 532 |
| 520 | — | 520 | 572 |
| 457 | — | 457 | 432 |
| 183 | — | 183 | 282 |
| 6 599 | — | 6 599 | 6 115 |
| 157 331 | (24 226) | 133 105 | 136 993 |

Dépenses de fonctionnement (note 10)

| | | |
|--------|---------|---------|
| 15 770 | 148 875 | 151 347 |
|--------|---------|---------|

| | | |
|---------|-------|-------|
| 148 875 | (458) | (960) |
|---------|-------|-------|

Coût de l'exploitation pour l'exercice

| | | |
|---------|---------|---------|
| 151 347 | 148 875 | 151 347 |
|---------|---------|---------|

| | | |
|-------|-------|-------|
| (161) | (264) | (208) |
| (37) | (33) | (37) |
| (960) | (458) | (960) |

Revenus

| | | |
|-------|-------|-------|
| (161) | (264) | (208) |
| (37) | (33) | (37) |
| (960) | (458) | (960) |

| | | |
|---------|---------|---------|
| 151 347 | 148 875 | 151 347 |
|---------|---------|---------|

Coût net de l'exploitation pour l'exercice avant financement gouvernemental

| | | |
|---------|---------|---------|
| 150 387 | 148 417 | 150 387 |
|---------|---------|---------|

| | | |
|--------|--------|--------|
| 78 301 | 64 291 | 76 800 |
| 80 723 | 64 291 | 76 800 |

Financement gouvernemental

| | | |
|--------|--------|--------|
| 80 723 | 78 301 | 80 723 |
|--------|--------|--------|

| | | |
|--------|--------|---------|
| 76 800 | 64 291 | 76 800 |
| 685 | 579 | 143 171 |

Bénéfice net (perte nette) d'exploitation

| | | |
|-------|---------|-------|
| 7 821 | (5 246) | 2 575 |
|-------|---------|-------|

| | | |
|--------|--------|--------|
| 28 648 | 36 469 | 31 223 |
|--------|--------|--------|

Avoir du Canada au début

| | | |
|--------|--------|--------|
| 28 648 | 36 469 | 31 223 |
|--------|--------|--------|

| | | |
|--------|--------|--------|
| 36 469 | 31 223 | 36 469 |
|--------|--------|--------|

Avoir du Canada à la fin

| | | |
|--------|--------|--------|
| 36 469 | 31 223 | 36 469 |
|--------|--------|--------|

| | | |
|--------|--------|--------|
| 36 469 | 31 223 | 36 469 |
|--------|--------|--------|


Voir les notes afférentes aux états financiers.

1999
En milliers
de dollars
Redressé (note 3)

| Passif et avoir du Canada | |
|--|--------|
| Passif à court terme | |
| Créditeurs et frais courus | 8 145 |
| Passif à long terme | |
| Provision pour prestations de cessation d'emploi | 773 |
| Avantages incitatifs reportés sur bail | 83 |
| Aide en capital reportée (note 7) | 1 816 |
| | 2 672 |
| Avoir du Canada | 31 223 |
| Engagements (note 11) | |
| Eventualités (note 13) | |
| | 42 040 |
| | 51 297 |

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :


François Macerola
Directeur général

BILAN

31 mars 1999, avec chiffres correspondants de 1998

1999
En milliers
de dollars
Redressé (note 3)

| Actif | | |
|-------------------------------|--------|--------|
| Actif à court terme | | |
| Prêts (note 4) | 1 075 | 2 889 |
| À recevoir du Canada (note 5) | 27 777 | 38 112 |
| Débiteurs | 5 242 | 3 913 |
| Frais payés d'avance | 681 | 628 |
| | 34 775 | 45 542 |
| Prêts (note 4) | 5 340 | 3 489 |
| Investissements | 109 | 34 |
| Immobilisations (note 6) | 1 816 | 2 232 |
| | 42 040 | 51 297 |

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par le Conseil :

Laurier L. Lapierre O.C.

Laurier L. Lapierre, O.C.
Président

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 1999 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification. Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir un degré raisonnable de certitude quant à l'absence d'inexactitudes importantes dans les états financiers. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers présentent fidèlement, à tous égards importants, la situation financière de la Société au 31 mars 1999 ainsi que les résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus. Conformément aux exigences de la Loi sur la gestion des finances publiques, je déclare qu'à mon avis, compte tenu de l'application rétroactive du changement apporté à la méthode de comptabilisation du financement gouvernemental pour les immobilisations amortissables tel qu'expliqué à la note 3 des états financiers, ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent. De plus, à mon avis, des registres comptables appropriés ont été tenus par la Société, les états financiers sont conformes à ces derniers et les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous égards importants, conformément à la Loi sur la gestion des finances publiques et ses règlements, à l'industrie cinématographique canadienne et aux règlements administratifs de la Société.

Pour le vérificateur général du Canada :

Sheila Fraser

Sheila Fraser, FCA
Sous-vérificatrice générale

Ottawa, Canada
Le 28 mai 1999


Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne sont la responsabilité de la direction et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une garantie raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les éléments de l'actif sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une garantie raisonnable que les opérations sont conformes à la Loi sur la gestion des

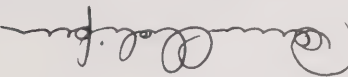
finances publiques et ses règlements, et à la Loi de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, aux règlements administratifs, aux politiques de la Société, aux protocoles d'entente et aux ententes de contribution avec le ministère du Patrimoine canadien. Le Conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction s'acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le Conseil assume cette charge par l'entremise du Comité de vérification, qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité de vérification revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous rapports s'y rattachant; le Comité rencontre annuellement le vérificateur externe et peut faire des recommandations ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien.

Le directeur général
François Maceola



Le directeur, finances et administration
Danny Chailifour



Montréal, Canada
Le 28 mai 1999

États financiers

e rapport annuel illustre l'efficacité accrue de la Société, ses ajustements aux besoins de l'industrie et les initiatives bien ciblées qu'elle a mises en œuvre. Téléfilm Canada est prête à relever les défis du XXI^e siècle, ceux-là mêmes qui attendent une industrie dynamique et en constante évolution.

En tant qu'investisseur culturel, Téléfilm continuera d'appuyer des projets télévisuels, cinématographiques et multimédias qui s'inscrivent dans une tradition de très grande qualité. Tout en consolidant son mandat, la Société participera aussi, avec ses diverses clientèles, au développement d'un certain nombre de dossiers importants.

- **Renouvellement du Fonds canadien de télévision.** Ce Fonds constitue un grand succès des secteurs public et privé. Il s'avère un instrument clé de l'essor de la télévision canadienne, et l'ensemble du milieu canadien audiovisuel tient à son renouvellement.

- **Nouvelles politiques pour le long métrage.** Téléfilm sera un partenaire important du gouvernement et de l'industrie en ce qui concerne la définition de nouvelles politiques pour le cinéma canadien. Ces politiques assureront une meilleure place à notre cinéma sur la scène nationale et internationale. La Société continuera de recommander l'injection de nouveaux fonds en long métrage.

- **Soutien accru au multimédia.** En plein essor, le secteur du multimédia offre des produits originaux et diversifiés qui méritent une plus grande visibilité. Téléfilm entend promouvoir davantage cette industrie sur la scène nationale et internationale.

- **Formation et relève.** Téléfilm s'associera plus que jamais aux grandes priorités du gouvernement fédéral en ce qui concerne la jeunesse, la formation et la relève. Il faut que des voix nouvelles en provenance de toutes les régions du pays puissent se faire entendre.
- **Petites et moyennes entreprises.** Tout en continuant de s'associer aux projets des grandes entreprises canadiennes, Téléfilm appuiera davantage les petites et moyennes entreprises. Nous soutenons que celles-ci puissent se doter des infrastructures nécessaires à leur expansion.
- **Vision internationale.** Le développement de partenariats internationaux fait partie intégrante du mandat de Téléfilm et demeure une priorité. La Société encouragera notamment une meilleure synergie entre tous les partenaires internationaux des producteurs canadiens.
- **Augmentation des revenus.** Les revenus couvrent les frais administratifs de Téléfilm et permettent d'investir davantage en production. Il faut souligner que chaque dollar récupéré se traduit par environ trois dollars en production. En d'autres termes, la récupération triple les activités de production. La Société entend aussi chercher de nouvelles sources de financement.
- **Défis administratifs.** Téléfilm poursuivra la décentralisation de ses services. Elle mettra en œuvre les indicateurs de rendement et le programme de comptabilisation des coûts par activité, tout en misant sur le développement professionnel de ses employés pour mieux servir l'industrie. La Société entend par ailleurs maintenir ses frais administratifs à moins de 9 % de ses engagements.

Multimédia



Utilisation des crédits

| | | | | | |
|------|-----|-----|---|----|-----|
| 1551 | 269 | 480 | - | 40 | 830 |
|------|-----|-----|---|----|-----|

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour la production de projets dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages

| LIEU | NOMBRE DE PROJETS* | DEVIS** En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |
|------------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| Montreal | 10 | 35 756 | 9 338 | 26 | |
| Toronto | 5 | 41 317 | 4 470 | 11 | |
| Sous-total | 15 | 77 073 | 13 808 | 18 | |
| Colombie-Britannique | 3 | 10 527 | 3 449 | 33 | |
| Alberta | 1 | 1 300 | 637 | 49 | |
| Saskatchewan | — | — | 0 | 0 | |
| Manitoba | 1 | 350 | 172 | 49 | |
| Ontario (à l'exclusion de Toronto) | — | — | 0 | 0 | |
| Québec (à l'exclusion de Montréal) | — | — | 0 | 0 | |
| Nouveau-Brunswick | — | — | 0 | 0 | |
| Nouvelle-Écosse | — | — | 0 | 0 | |
| Ile-du-Prince-Édouard | — | — | 0 | 0 | |
| Terre-Neuve | 1 | 1 498 | 735 | 49 | |
| Sous-total | 6 | 13 675 | 4 993 | 37 | |
| Total | 21 | 90 748 | 18 801 | 21 | |

* Comprend huit projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.
** Ne comprend pas la part étrangère (25 222 178 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

| | | | |
|---------------------------|---------------------------|---------------------------|---------------------------|
| 1996-1997 | 1997-1998 | 1998-1999 | 1993-1999 |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 14 152 | 9 921 | 13 545 | 67 465 |
| 7 560 | 6 464 | 7 139 | 49 664 |
| 34,8 | 39,5 | 34,5 | 42,4 |
| 21 712 | 16 385 | 20 684 | 117 129 |
| 100,0 | 100,0 | 100,0 | 100,0 |

PARTICIPANTS ÉTRANGERS

Participation financière – Production seulement

| Total | Français | Anglais | Total | En milliers de dollars | | |
|--------|----------|---------|-------|------------------------|---------------|----------------|
| | | | | TOTAL CORÉACTIONS | DISTRIBUTEURS | TELEDIFFUSIONS |
| 17 183 | 3 200 | 13 983 | 18,9 | 14,9 | 3 200 | — |
| 12 014 | — | — | 20,2 | 8 814 | 2 357 | — |
| 2 812 | — | — | 0 | — | — | — |

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et modifications

| Total | Français | Anglais | Total | En milliers de dollars | | |
|--------|----------|---------|--------|------------------------|-----------|-----------|
| | | | | 1993-1994 | 1994-1995 | 1995-1996 |
| 21 836 | 9 720 | 12 116 | 21 836 | 44,5 | 7 447 | 48,0 |
| 100,0 | 44,5 | 55,5 | 100,0 | 44,5 | 52,0 | 46,0 |
| 15 512 | 7 447 | 8 065 | 15 512 | 48,0 | 52,0 | 46,0 |
| 100,0 | 48,0 | 52,0 | 100,0 | 48,0 | 52,0 | 46,0 |

ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION

Participation financière – Production seulement

| Total | Français | Anglais | Total | En milliers de dollars | | |
|-------|----------|---------|-------|--|--------|------------|
| | | | | TOTAL ENTREPRISES DE TELEDIFFUSION | PAYANT | TELEVISION |
| 2 834 | 75 | 2 757 | 2 834 | 0,3 | 75 | — |
| 2 384 | — | — | 2 384 | 4,0 | 373 | — |
| 3,1 | — | — | 3,1 | 4,0 | 373 | — |

| PARTICIPANTS ÉTRANGERS | En milliers de dollars | 2 330 | 10,9 | 931 | 4,3 | 24 106 | 34,8 | 25 037 | 27,6 | 13 804 | 15,2 | 2 832 | 3,1 | 17 183 | 18,9 |
|---------------------------------|------------------------|-------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|------|
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| DISTRIBUTEURS | % | 6 581 | 9,5 | 24 106 | 34,8 | 7 296 | 10,5 | 2 757 | 4,0 | 13 983 | 20,2 | 8 911 | 9,8 | 25 037 | 27,6 |
| SECTEUR PRIVÉ | % | 2 330 | 10,9 | 931 | 4,3 | 6 508 | 30,4 | 75 | 0,3 | 3 200 | 14,9 | 13 804 | 15,2 | 2 832 | 3,1 |
| AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES | En milliers de dollars | | | | | | | | | | | | | | |
| ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION | En milliers de dollars | | | | | | | | | | | | | | |
| ÉTRANGERS | % | | | | | | | | | | | | | | |

La contribution de Téléfilm à ces projets représente 5,5 millions de dollars, c'est-à-dire 12,8 % de leur devis canadien.

Répartition linguistique et régionale

En 1998-1999, Téléfilm a accordé 34,5 % des engagements du Fonds à des projets en français et 65,5 % à des projets en anglais. Il s'agit d'une nette augmentation du côté anglophone, la contribution de la Société des projets de langue anglaise ayant été de 60,5 % en 1997-1998. Les nouveaux crédits d'impôt de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et des provinces atlantiques, de même que des initiatives récentes de Téléfilm pour stimuler la production dans l'Ouest et dans l'Est du pays, contribuent à une augmentation de la production en anglais.

Fait à noter, la participation de Téléfilm à des projets régionaux ne cesse d'augmenter depuis quelques années. Elle représentait 10 % des engagements du Fonds en 1995-1996, 17 % en 1996-1997, 24 % en 1997-1998, pour atteindre 27 % en 1998-1999. Cela traduit la grande vitalité de l'industrie dans tout le pays. Les créateurs illustrent les expériences et les valeurs de leur communauté et enrichissent notre cinématographie de leurs voix originales.



New Waterford Girls
r. Allan Moyle
Sienna Films Inc./Images Ltd.
Ce long métrage du réalisateur de Pump up the Volume (1988) raconte l'histoire d'une jeune fille de 15 ans, Maconey Pottie, qui rêve de s'évader de Cape Breton vers New York. La sortie canadienne de ce film aura lieu en octobre 1999.

ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE

Production seulement – nouveaux contrats signés

| | NOMBRE DE PROJETS* | DEVIS TOTALX | DEVIS** | FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES | PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL | AUTRES FONDS (MINI-TRAITÉS ET PPPP) | TELEFILM CANADA |
|----------|--------------------|--------------|---------|--|---------------------------------------|-------------------------------------|-----------------|
| FRANÇAIS | 7 | 40 689 | 21 439 | 6 658 | 31,1 | 1 498 | 7,0 |
| ANGLAIS | 14 | 75 281 | 69 309 | 12 143 | 17,5 | 2 142 | 3,1 |
| TOTAL | 21 | 115 970 | 90 748 | 18 801 | 20,7 | 3 641 | 4,0 |
| | | | | | | 539 | 0,6 |

Comprend huit projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital.
** Ne comprend pas la part étrangère (25 222 178 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.
Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.



Misery Harbour
r. Nils Gaup
Red Ochre Productions

Cette histoire d'amour et de vengeance, coproduite par le Canada et la Norvège, se déroule à Terre-Neuve dans les années 30. Le film a été présenté en première mondiale en Norvège, en août dernier, et sa sortie au Canada aura lieu cet automne. Goldwyn assure sa distribution en dehors du Canada et de la Scandinavie.

DISTRIBUTEURS

Participation financière – Production seulement

Les ressources gouvernementales autres que celles de Téléfilm ont presque doublé, grâce, entre des projets de l'exercice.

de la contribution totale du secteur privé à l'ensemble au devis de cette coproduction représentant 72 % de la contribution totale des producteurs partie à *Existenz*, l'investissement est due en grande 28 % des devis. Cette augmentation de dollars, représentant de dollars à plus de 25 millions

Cinq coproductions ont été financées, soit 15 *Moments*, *La Veuve de Saint-Pierre* et *Bluffers End* avec la France; *Misery Harbour* avec la Norvège; et *Existenz* avec le Royaume-Uni. Ces coproductions étaient à majorité canadienne, à l'exception de *Misery Harbour* et *La Veuve de Saint-Pierre*.

Les entreprises de télédiffusion ont aussi accru leur participation, qui représente 3,1 % des devis, comparativement à 0,4 % l'année précédente. Cette augmentation est surtout liée à la télévision payante, qui s'affirme comme une partenaire de plus en plus importante de notre cinéma. Cinq longs métrages ont bénéficié de son appui cette année.

Enfin, la stature internationale du cinéma canadien s'est traduite par une participation record de la contribution étrangère, soit 42,3 millions de dollars si on inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

L'exercice 1998-1999 a été très fructueux pour le Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada. L'industrie du cinéma a été particulièrement active dans toutes les régions du pays, et a proposé un grand nombre de projets de qualité à contenu canadien élevé.

106 projets de développement et de production : des devis totaux de 119,3 millions de dollars

En 1998-1999, Téléfilm Canada a injecté 20,7 millions de dollars dans l'industrie du cinéma par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages, comparativement à 16,4 millions de dollars l'année précédente. La contribution de Téléfilm a été le levier de 106 projets de production et de développement représentant des devis totaux de 119,3 millions de dollars, si on inclut la part étrangère (25,2 millions de dollars) des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Le devis moyen des projets était nettement supérieur à celui des exercices précédents, tant en

français qu'en anglais, et cela, en raison de quatre coproductions internationales dont les devis s'échelonnaient entre 10 et plus de 30 millions de dollars.

85 projets de développement et de scénarisation : des paris sur le cinéma de demain

Pour entretenir l'intérêt du public, il faut régulièrement de nouveaux films sur les écrans. La scénarisation et le développement de projets jouent un rôle capital en permettant à l'industrie de miser sur le futur. Le Fonds de financement de longs métrages est un précieux partenaire des producteurs, des réalisateurs, des scénaristes et des distributeurs à cet égard.

Cette année, la diversité des sources d'inspiration s'est révélée exceptionnelle et promet une programmation remarquable sur les écrans canadiens. Toutes les régions du pays y ont contribué. Le Fonds a appuyé 35 projets de Montréal et 13 de Toronto, y consacrant 60 % de ses ressources. Vingt-deux projets sont issus de la Colombie-Britannique, quatre des provinces des Prairies, neuf des provinces atlantiques et deux de régions du Québec autres que Montréal, pour un total de 40 % des ressources en développement.

La Société a assumé 39 % des devis de développement, qui s'élevaient à 3,3 millions de dollars.

Production : 21 longs métrages dont la Société assume 21 % des devis

Le Fonds de financement de longs métrages a consacré 18,8 millions de dollars à la production de 21 projets, soit le même nombre que l'année précédente. Cependant, les devis totaux des projets de l'exercice ont été de 90,7 millions de dollars, comparativement à 42 millions de dollars en 1997-1998. Le devis moyen des projets en français est passé de 1,6 à 3,1 millions de dollars, cinq des sept projets de l'exercice ayant des devis dépassant 3 millions de dollars. Au cours de l'année précédente, Téléfilm avait soutenu davantage de projets à petit budget.



La Veuve de Saint-Pierre

r. Patrice Leconte
Cinéma
Cette coproduction franco-canadienne raconte l'histoire d'un meurtrier qui, en attendant que la « veuve » – la guillotine – soit expédiée jusqu'à son île perdu, se réhabilite avec l'aide d'une bienfaitrice et devient un homme indispensable et apprécié.

Du côté anglophone, le devis moyen des projets est passé de 2,3 millions de dollars à près de 5 millions de dollars, en raison de coproductions internationales à budget très élevé, soit 15 *Moments de Denys Arcand* et 15 *Moments de David Cronenberg*. Par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages, Téléfilm Canada a assumé 21 % des devis de production, comparativement à 34 % l'année précédente. Cela s'explique par le fait que la contribution de Téléfilm aux longs métrages, soumise à des limites, ne représentait qu'un faible pourcentage du devis de certaines coproductions. Si on fait exception de 15 *Moments, d'Existenz* et de *La Veuve de Saint-Pierre*, la contribution de Téléfilm représente 35 % des devis de l'exercice.

Plusieurs projets de l'exercice ont reçu l'aide d'autres fonds et programmes de Téléfilm pour un montant de 4,2 millions de dollars ou 5 % des devis. Mentionnons, entre autres, que huit projets appuyés par le Fonds de financement de longs métrages ont aussi reçu le soutien du Programme de participation au capital du FCT, administré par Téléfilm. Il s'agit de *Bluffers End, Les Boys II, The Five Senses, L'île de sable, New Waterford Girls, Saint Jude, Touched* et *Tail Lights Fade*.

Appui important du secteur privé et de partenaires internationaux

Il est essentiel que les producteurs canadiens puissent miser sur un grand nombre de partenaires financiers pour la réalisation de longs métrages de qualité. L'avenir de notre cinéma est tributaire de sources de financement publiques et privées, mais aussi canadiennes et internationales. En 1998-1999, la plupart des partenaires des producteurs canadiens ont accueilli leur participation, ce qui constitue un appui non équivoque à des projets prometteurs sur les plans culturel et commercial. L'augmentation la plus remarquable est celle du secteur privé (producteurs, équipes, services, fonds d'aide privés), qui est passée de 2,9 millions

Les Boys II
r. Louis Saia
Melenny Productions inc.
comédie érotique de cette
Victoire étonnante de cette
France participée à un tournoi
international : Les Boys II a
cumulé des ventes au guichet
de plus de 6 millions de dollars.

FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

NOMBRE DE PROJETS*
En milliers
DEVIS
TOTALX**
En milliers
CANADA
TÉLÉFILM
RÉPARTITION
LINGUISTIQUE
%

| | | | |
|-------------------------------|---|--------|-------|
| Production | 7 | 40 689 | 6 658 |
| Modifications – production*** | – | – | -18 |
| Sous-total | 7 | 40 689 | 6 640 |

| | | | |
|----------------------------------|----|-------|-----|
| Scénarisation et développement | 26 | 1 099 | 416 |
| Modifications – développement*** | – | – | 83 |
| Sous-total | 26 | 1 099 | 499 |

| | | | |
|-----------------------|----|--------|-------|
| Sous-total – français | 33 | 41 788 | 7 139 |
|-----------------------|----|--------|-------|

34,5

Anglais

| | | | |
|-------------------------------|----|--------|--------|
| Production | 14 | 75 281 | 12 143 |
| Modifications – production*** | – | – | 211 |
| Sous-total | 14 | 75 281 | 12 354 |

| | | | |
|----------------------------------|----|-------|-------|
| Scénarisation et développement | 59 | 2 187 | 874 |
| Modifications – développement*** | – | – | 317 |
| Sous-total | 59 | 2 187 | 1 191 |

| | | | |
|----------------------|----|--------|--------|
| Sous-total – anglais | 73 | 77 468 | 13 545 |
|----------------------|----|--------|--------|

| | | | |
|-------|-----|---------|--------|
| Total | 106 | 119 256 | 20 684 |
|-------|-----|---------|--------|

100,0

Comprend huit projets qui ont également reçu un apport financier du FCT – Programme de participation au capital.
Comprend les devis totaux des coproductions.
* Les modifications incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des exercices précédents.



Cinéma

PRÉSENTATION DES ÉMISSIONS AU PUBLIC CANADIEN

| NOMBRE D'HEURES EN PREMIÈRE DIFFUSION | PRODUCTION | | | |
|--|----------------------|-------------|------------|-------|
| | NOMBRE DE PROJETS | EN FRANÇAIS | EN ANGLAIS | TOTAL |

Secteur privé et télévision éducative

| | | | | | |
|----------------------------|---------------------------------------|----|----|-----|-------|
| Télévision conventionnelle | Baton | — | — | 8 | 28,5 |
| | Canwest Global | 1 | 1 | 6 | 55,5 |
| Télévision éducative | CHUM | — | — | 3 | 4,7 |
| | CTV – réseau (Baton)/autres affiliées | 1 | — | 7 | 32,3 |
| Télévision payante | Indépendantes | 12 | — | 12 | 13,5 |
| | Groupe TVA | — | 4 | 1 | 40,0 |
| Télévision éducative | Télévision Quatre Saisons | — | 3 | — | 16,5 |
| | WIC | 2 | 2 | 5 | 22,3 |
| Télévision éducative | Access | — | — | 4 | 11,5 |
| | Knowledge | 1 | 1 | 16 | 40,0 |
| Télévision payante | SCN | 1 | 1 | 23 | 8,2 |
| | Télé-Québec | — | 11 | 1 | 87,0 |
| Télévision payante | TVOntario/TFO | 2 | 10 | 9 | 110,5 |
| | The Movie Network | — | — | 4 | 8,2 |
| Services spécialisés | Superchannel | — | — | 1 | 1,7 |
| | Super Ecran (Premier Choix) | — | 3 | — | 28,5 |
| Télévision payante | Bravo! | — | 2 | 5 | 13,0 |
| | Canal D | — | 5 | 2 | 31,0 |
| Télévision payante | Canal Famille | — | 4 | 1 | 71,5 |
| | Canal Vie | — | — | 2 | 4,5 |
| Télévision payante | Discovery Channel (The) | — | 1 | 5 | 33,5 |
| | History Television | — | 2 | 5 | 26,0 |
| Télévision payante | Life Network (The) | — | — | 2 | 19,5 |
| | Musique Plus | — | — | 0 | 0,0 |
| Télévision payante | Showcase Television | — | — | 0 | 0,0 |
| | Space | — | — | 2 | 2,0 |
| Télévision payante | Teletoon | — | 1 | 1 | 26,5 |
| | TV5 | — | — | 9 | 9,5 |
| Télévision payante | Vision TV | 1 | 3 | 23 | 53,5 |
| | WTN | — | — | 5 | 19,0 |
| Télévision payante | YTV | — | — | 5 | 42,5 |
| | Sous-total | 21 | 63 | 146 | 860,9 |

Secteur public

| | | | | | | |
|----------------|-----------------------------------|----|----|-----|-----|---------|
| Secteur public | CBC réseau et stations régionales | 1 | 1 | 53 | 55 | 130,1 |
| | RDI – le réseau de l'information | — | — | 1 | 1 | 6,5 |
| Secteur public | Radio-Canada | — | 33 | 4 | 37 | 125,5 |
| | Sous-total | 1 | 34 | 58 | 93 | 262,1 |
| Total | | 22 | 97 | 204 | 323 | 1 123,0 |

La participation de plus d'une entreprise de télédiffusion à un même projet contribue à accroître l'accès du public aux nouvelles émissions canadiennes. Ainsi, en 1998-1999, les 203 projets financés correspondent à 323 projets diffusés et les 849,5 heures de production représentent 1 123,0 heures de diffusion.

PARTICIPATION TOTALE DES ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION CANADIENNES

Incluant les investissements et achats de droits

| ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION | DRAMATIQUES | VARIÉTÉS | ENFANTS DOCUMENTAIRES | LONCS MÉTRAGES* | TOTAL |
|------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |

Secteur privé et télévision éducative

| | | | | | | | | |
|----------------------------|---------------------------------------|--------|-----|-------|-------|-------|---|--------|
| Télévision conventionnelle | Baton | 3 230 | — | 156 | 166 | — | — | 3 552 |
| | Canwest Global | 5 062 | — | 364 | 200 | — | — | 5 626 |
| | CHUM | — | — | — | 20 | 154 | — | 174 |
| | CTV – réseau (Baton)/autres affiliées | 5 638 | — | 250 | 125 | — | — | 6 013 |
| | Indépendantes | 12 | — | 28 | 60 | — | — | 100 |
| | Groupe TVA | 4 182 | — | — | 112 | — | — | 4 294 |
| | Télévision Quatre Saisons | 550 | — | 3 | 80 | — | — | 633 |
| | WIC | 2 600 | — | 5 | 68 | — | — | 2 673 |
| Télévision éducative | Access | — | — | — | 22 | — | — | 22 |
| | Knowledge | — | — | — | 167 | — | — | 167 |
| | SCN | — | — | 125 | 138 | — | — | 263 |
| | Télé-Québec | 100 | — | 2 648 | 737 | — | — | 3 485 |
| | TVOntario/TFO | 275 | 318 | 1 027 | 633 | — | — | 2 253 |
| Télévision payante | Super Écran (Premier Choix) | — | — | 260 | 40 | 12 | — | 312 |
| | Superchannel | — | — | — | — | 30 | — | 30 |
| | The Movie Network | — | — | — | — | 1 098 | — | 1 098 |
| Services spécialisés | Bravo! | — | — | — | 336 | — | — | 336 |
| | Canal D | — | — | — | 604 | — | — | 604 |
| | Canal Famille | — | — | 1 858 | 78 | — | — | 1 936 |
| | Canal Vie | — | — | — | 54 | — | — | 54 |
| | Discovery Channel (The) | — | — | — | 1 670 | — | — | 1 670 |
| | History Television | — | — | — | 980 | — | — | 980 |
| | Life Network (The) | — | — | — | 645 | — | — | 645 |
| | Musique Plus | — | — | — | — | — | — | 0 |
| | Showcase Television | — | — | — | — | — | — | 0 |
| | Space | — | — | — | 49 | — | — | 49 |
| | Teletoon | — | — | 395 | — | — | — | 395 |
| | TV5 | — | — | — | 159 | — | — | 159 |
| | Vision TV | 25 | — | 73 | 936 | 63 | — | 1 096 |
| | WTN | — | — | — | 469 | — | — | 469 |
| | YTV | — | — | 2 329 | 35 | — | — | 2 364 |
| Sous-total | | 21 674 | 318 | 9 520 | 8 579 | 1 356 | — | 41 447 |

Secteur public

| | | | | | | | |
|----------------------------------|--------|-------|--------|--------|-------|---|--------|
| CBC | 21 763 | — | 144 | 2 516 | 150 | — | 24 572 |
| RDI – le réseau de l'information | — | — | — | — | — | — | 0 |
| Radio-Canada | 10 585 | 938 | 643 | 1 064 | — | — | 13 229 |
| Sous-total | 32 347 | 938 | 786 | 3 580 | 150 | — | 37 801 |
| Total | 54 021 | 1 256 | 10 307 | 12 159 | 1 506 | — | 79 248 |

* Les droits payés par les diffuseurs pour les longs métrages étant en général inclus dans les avances de distribution, ils ne figurent donc pas tous dans le tableau.

| Français | | Anglais | | Langues autochtones | | Total |
|----------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|-------|
| CATÉGORIES | TOTAL | CORPRODUCTEURS | DE TÉLÉDIFFUSION | DISTRIBUTEURS | AUTRES | |
| | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | |
| Dramatiques | 0 | 0 | — | — | — | 0 |
| Variétés | 0 | 0 | — | — | — | 0 |
| Enfants | 0 | 0 | — | — | — | 0 |
| Documentaires | 538 | 3,6 | 536 | 242 | 406 | 62 |
| Longs métrages | 2 057 | 11,3 | 1 726 | — | 39 | 2 656 |
| Sous-total | 2 595 | 4,1 | 2 262 | 1 601 | 4 816 | 2 718 |
| Dramatiques | 5 729 | 3,2 | — | 1 358 | 4 371 | — |
| Variétés | 0 | 0 | — | — | — | — |
| Enfants | 0 | 0 | — | — | — | — |
| Documentaires | 1 246 | 3,6 | 536 | 242 | 406 | 62 |
| Longs métrages | 4 421 | 11,3 | 1 726 | — | 39 | 2 656 |
| Sous-total | 11 397 | 4,1 | 2 262 | 1 601 | 4 816 | 2 718 |
| | 98 | 3,5 | 98 | 0 | 0 | 0 |
| | 14 090 | 3,4 | 3 857 | 2 000 | 4 816 | 3 418 |

[illegible]



Les Filles de Shimun

Photo: Mani Utemam, Mani Utemam

Mani Utemam inc.
Les Filles de Shimun raconte
la quête de deux sœurs Innu
qui remontent, avec leur père,
à la source des valeurs et
des traditions de leur peuple.
Ce documentaire est la pre-
mière production internationale
réalisée en coproduction
internationale, dans ce cas

avec la France

AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

Participation financière - Production seulement

| CATEGORIES | TOTAL | % | ONF | D'IMPOT FEDERAL | D'IMPOT DE DOLLARS | ORGANISMES FEDERAUX | AUTRES | CREDIT TERRE-NEUVE | D'IMPOT DE DE DOLLARS | CREDIT L'ASSURANCE | D'IMPOT DE DE DOLLARS | CREDIT BRUNSWICK | D'IMPOT DU DE DOLLARS | CREDIT QUEBEC |
|------------|-------|---|-----|--------------------|-----------------------|---------------------|--------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|------------------|
| | | | | | | | | | | | | | | |

Français

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--------|------|-----|-------|-----|---|---|---|---|---|---|---|---|--------|
| Dramatiques | 14 125 | 23,0 | — | 3 934 | 800 | — | — | — | — | — | — | — | — | 9 140 |
| Variétés | 577 | 17,3 | — | 200 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | 304 |
| Enfants | 7 741 | 23,6 | — | 2 404 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | 5 337 |
| Documentaires | 5 645 | 31,9 | 957 | 667 | 30 | — | — | — | — | — | — | — | — | 2 364 |
| Longs métrages | 5 552 | 31,7 | — | 320 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | 2 897 |
| Sous-total | 33 640 | 25,3 | 957 | 7 525 | 830 | — | — | — | — | — | — | — | — | 20 042 |

Anglais

| | | | | | | | | | | | | | | |
|----------------|--------|------|-----|--------|-----|-----|---|---|---|---|---|---|---|-------|
| Dramatiques | 25 429 | 14,1 | — | 11 141 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | 2 388 |
| Variétés | 0 | 0,0 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| Enfants | 1 282 | 6,0 | — | 381 | — | — | — | — | — | — | — | — | — | 558 |
| Documentaires | 5 466 | 15,7 | 415 | 1 526 | 428 | 102 | — | — | — | — | — | — | — | 1 132 |
| Longs métrages | 5 783 | 14,8 | 5 | 1 586 | 60 | — | — | — | — | — | — | — | — | 1 466 |
| Sous-total | 37 959 | 13,8 | 420 | 14 634 | 488 | 102 | — | — | — | — | — | — | — | 5 545 |

Langues autochtones

| | | | | | | | | |
|--------|------|-------|--------|-------|-----|-------|-----|--------|
| 72 231 | 17,6 | 1 602 | 22 203 | 1 496 | 102 | 3 694 | 384 | 25 722 |
|--------|------|-------|--------|-------|-----|-------|-----|--------|

Coproductions internationales

Le PPC a contribué au financement de dix coproductions de films et d'émissions de télévision dont les devis étaient de 23 millions de dollars. Le Programme y a consacré une somme de 2,7 millions de dollars, soit 21 % des devis canadiens.

Cinq coproductions ont été réalisées avec la France, soit 11 septembre 1973 : *Le Dernier Combat* de Salvador Allende, *Les Filles de Shimun*, *Insecta*, *Le Petit Ciel* et *Jazz Collection* 98. *Emporte-moi* a été coproduit par la France et la Suisse; *Tied by Blood: A Journey into Genealogy* avec l'Islande; *Scarred by History* avec l'Ukraine; et *Ladies Room* et *The Worst Witch* avec le Royaume-Uni. Ces coproductions sont à majorité canadienne sauf *Jazz Collection* 98 et *The Worst Witch*.



Le FCT encourage la relève puisqu'il s'agit de films réalisés par des jeunes réalisateurs. Les films sont des premiers longs métrages de fiction. Treize des 19 longs métrages sont en anglais et six sont en français. Huit projets proviennent de Montréal, soit *Between the Moon and Montevideo* d'Attila Bertalan, *Les Boys II* de Louis Sala, *Emporte-moi de Léa Pool*, *Four Days of Curtis Wehrhitz*, *L'île de sable* de Johanne Prigent, *Ladies Room* de Gabriella Christiani, *Matroni et moi* de Jean-Philippe Duval et *Le Petit Ciel* de Jean-Sébastien Lord. Six films ont été produits à Toronto, *Senses Apartment Hunting* de Bill Robertson, *The Five Senses of Jeremy Podewas*, *The Highwayman* de Keoni Waxman, *The Life Before This* de Jerry Ciccoritti, *New Waterford Girls* d'Allan Moyle et *Saint Jude* de John L'Ecuyer. *Rollercoster* de Scott Smith, *Touched de Mort Ransen* et *Tail Lights Fade* de Malcolm Ingram viennent de Vancouver. Enfin, *The Divine Ryans* de Stephen Reynolds a été produit à Halifax et *Full Blast* de Rodrigue Jean à Caraquez, au Nouveau-Brunswick. Plusieurs de ces films se sont déjà distingués, notamment *Les Boys II* de Louis Sala, avec des ventes aux enchères de 6,1 millions de dollars; *Emporte-moi de Léa Pool*, prix du jury œcuménique du Festival international du film de Berlin 1999; et *The Five Senses* de Jeremy Podewas, sélectionné pour la Quinzaine

des réalisateurs du Festival international du film de Cannes 1999.

Il faut souligner que Téléfilm appuie l'industrie cinématographique canadienne par l'entremise d'autres fonds et programmes. En 1998-1999, la Société a contribué au total à la production de 44 films. On retrouvera un texte sur ce sujet dans la section des Faits saillants de l'exercice.

et al. 1999, 2000, 2001, 2002, 2003, 2004, 2005, 2006, 2007, 2008, 2009, 2010, 2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018, 2019, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024, 2025, 2026, 2027, 2028, 2029, 2030, 2031, 2032, 2033, 2034, 2035, 2036, 2037, 2038, 2039, 2040, 2041, 2042, 2043, 2044, 2045, 2046, 2047, 2048, 2049, 2050, 2051, 2052, 2053, 2054, 2055, 2056, 2057, 2058, 2059, 2060, 2061, 2062, 2063, 2064, 2065, 2066, 2067, 2068, 2069, 2070, 2071, 2072, 2073, 2074, 2075, 2076, 2077, 2078, 2079, 2080, 2081, 2082, 2083, 2084, 2085, 2086, 2087, 2088, 2089, 2090, 2091, 2092, 2093, 2094, 2095, 2096, 2097, 2098, 2099, 2100, 2101, 2102, 2103, 2104, 2105, 2106, 2107, 2108, 2109, 2110, 2111, 2112, 2113, 2114, 2115, 2116, 2117, 2118, 2119, 2120, 2121, 2122, 2123, 2124, 2125, 2126, 2127, 2128, 2129, 2130, 2131, 2132, 2133, 2134, 2135, 2136, 2137, 2138, 2139, 2140, 2141, 2142, 2143, 2144, 2145, 2146, 2147, 2148, 2149, 2150, 2151, 2152, 2153, 2154, 2155, 2156, 2157, 2158, 2159, 2160, 2161, 2162, 2163, 2164, 2165, 2166, 2167, 2168, 2169, 2170, 2171, 2172, 2173, 2174, 2175, 2176, 2177, 2178, 2179, 2180, 2181, 2182, 2183, 2184, 2185, 2186, 2187, 2188, 2189, 2190, 2191, 2192, 2193, 2194, 2195, 2196, 2197, 2198, 2199, 2200, 2201, 2202, 2203, 2204, 2205, 2206, 2207, 2208, 2209, 2210, 2211, 2212, 2213, 2214, 2215, 2216, 2217, 2218, 2219, 2220, 2221, 2222, 2223, 2224, 2225, 2226, 2227, 2228, 2229, 2230, 2231, 2232, 2233, 2234, 2235, 2236, 2237, 2238, 2239, 2240, 2241, 2242, 2243, 2244, 2245, 2246, 2247, 2248, 2249, 2250, 2251, 2252, 2253, 2254, 2255, 2256, 2257, 2258, 2259, 2260, 2261, 2262, 2263, 2264, 2265, 2266, 2267, 2268, 2269, 2270, 2271, 2272, 2273, 2274, 2275, 2276, 2277, 2278, 2279, 2280, 2281, 2282, 2283, 2284, 2285, 2286, 2287, 2288, 2289, 2290, 2291, 2292, 2293, 2294, 2295, 2296, 2297, 2298, 2299, 2300, 2301, 2302, 2303, 2304, 2305, 2306, 2307, 2308, 2309, 2310, 2311, 2312, 2313, 2314, 2315, 2316, 2317, 2318, 2319, 2320, 2321, 2322, 2323, 2324, 2325, 2326, 2327, 2328, 2329, 2330, 2331, 2332, 2333, 2334, 2335, 2336, 2337, 2338, 2339, 2340, 2341, 2342, 2343, 2344, 2345, 2346, 2347, 2348, 2349, 2350, 2351, 2352, 2353, 2354, 2355, 2356, 2357, 2358, 2359, 2360, 2361, 2362, 2363, 2364, 2365, 2366, 2367, 2368, 2369, 2370, 2371, 2372, 2373, 2374, 2375, 2376, 2377, 2378, 2379, 2380, 2381, 2382, 2383, 2384, 2385, 2386, 2387, 2388, 2389, 2390, 2391, 2392, 2393, 2394, 2395, 2396, 2397, 2398, 2399, 2400, 2401, 2402, 2403, 2404, 2405, 2406, 2407, 2408, 2409, 2410, 2411, 2412, 2413, 2414, 2415, 2416, 2417, 2418, 2419, 2420, 2421, 2422, 2423, 2424, 2425, 2426, 2427, 2428, 2429, 2430, 2431, 2432, 2433, 2434, 2435, 2436, 2437, 2438, 2439, 2440, 2441, 2442, 2443, 2444, 2445, 2446, 2447, 2448, 2449, 2450, 2451, 2452, 2453, 2454, 2455, 2456, 2457, 2458, 2459, 2460, 2461, 2462, 2463, 2464, 2465, 2466, 2467, 2468, 2469, 2470, 2471, 2472, 2473, 2474, 2475, 2476, 2477, 2478, 2479, 2480, 2481, 2482, 2483, 2484, 2485, 2486, 2487, 2488, 2489, 2490, 2491, 2492, 2493, 2494, 2495, 2496, 2497, 2498, 2499, 2500, 2501, 2502, 2503, 2504, 2505, 2506, 2507, 2508, 2509, 2510, 2511, 2512, 2513, 2514, 2515, 2516, 2517, 2518, 2519, 2520, 2521, 2522, 2523, 2524, 2525, 2526, 2527, 2528, 2529, 2530, 2531, 2532, 2533, 2534, 2535, 2536, 2537, 2538, 2539, 2540, 2541, 2542, 2543, 2544, 2545, 2546, 2547, 2548, 2549, 2550, 2551, 2552, 2553, 2554, 2555, 2556, 2557, 2558, 2559, 2560, 2561, 2562, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567, 2568, 2569, 2570, 2571, 2572, 2573, 2574, 2575, 2576, 2577, 2578, 2579, 2580, 2581, 2582, 2583, 2584, 2585, 2586, 2587, 2588, 2589, 2590, 2591, 2592, 2593, 2594, 2595, 2596, 2597, 2598, 2599, 2600, 2601, 2602, 2603, 2604, 2605, 2606, 2607, 2608, 2609, 2610, 2611, 2612, 2613, 2614, 2615, 2616, 2617, 2618, 2619, 2620, 2621, 2622, 2623, 2624, 2625, 2626, 2627, 2628, 2629, 2630, 2631, 2632, 2633, 2634, 2635, 2636, 2637, 2638, 2639, 2640, 2641, 2642, 2643, 2644, 2645, 2646, 2647, 2648, 2649, 2650, 2651, 2652, 2653, 2654, 2655, 2656, 2657, 2658, 2659, 2660, 2661, 2662, 2663, 2664, 2665, 2666, 2667, 2668, 2669, 2670, 2671, 2672, 2673, 2674, 2675, 2676, 2677, 2678, 2679, 2680

Rollercoaster
r. Scott Smith
Graffé Productions Ltd.
Rollercoaster suit cinq ado-
lescents qui s'introduisent
dans un parc d'amusement
défectueux où deux d'entre
eux ont l'intention de ven-
dre le long métrage de Scott Smith
qui a, entre autres, réalisé
des épisodes de Madision
et de The Adventures
of Shirley Holmes.

| | BATON | CHUM | WIC | CTV STATIONS CONVENTIONNELLES | CTV RÉSEAU (BATON) | CTV AUTRES AFFILIÉS* | CANWEST GLOBAL PENDANTES | INDÉ- GROUPE TVA QUATRE SAISONS | SERVICES TÉLÉVISION PAYANTE SPÉCIALISÉS | TOTAL |
|-------|------------------------|------------------------|------------------------|----------------------------------|------------------------|-------------------------|-----------------------------|------------------------------------|--|------------------------|
| % | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| - | - | - | - | - | - | - | - | 4 182 | 550 | - |
| 7,7 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 4 732 |
| 0,0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 |
| 8,5 | - | - | - | - | - | - | - | 3 | 260 | 2 170 |
| 6,1 | - | - | 19 | - | - | - | - | 80 | 40 | 911 |
| 0,1 | - | - | - | - | - | - | - | - | 12 | - |
| 6,5 | 0 | 0 | 19 | 0 | 0 | 364 | 0 | 4 214 | 633 | 3 081 |
| 3 230 | - | 2 600 | 5 610 | - | 5 062 | - | - | - | - | 20 |
| 9,2 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 16 522 |
| 0,0 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 0 |
| 13,6 | - | - | 250 | - | - | - | - | - | 2 484 | 2 890 |
| 16,4 | 166 | 20 | 125 | - | - | - | - | 80 | - | 5 101 |
| 3,4 | - | 154 | - | - | - | - | - | - | 1 128 | 63 |
| 3 552 | 174 | 2 642 | 5 985 | 0 | 5 242 | 0 | 80 | 0 | 1 128 | 7 668 |
| 5,8 | 0 | 0 | 12 | 0 | 28 | 20 | 100 | 0 | 0 | 5 |
| 8,6 | 3 552 | 174 | 5 985 | 0 | 28 | 20 | 100 | 0 | 0 | 5 |

Développement et scénarisation :
180 nouveaux projets prometteurs dont le PPC assume 37 % des devis

À la base de tout succès, il y a une bonne idée, un scénario convaincant, une construction soignée du récit, des personnages bien développés. De fait, le scénario est un élément clé du développement d'un projet. Le PPC est un partenaire important de l'industrie au développement et à la scénarisation, dont 300 000 \$ pour des modifications à des contrats des années précédentes et 3,4 millions de dollars à 180 nouveaux projets provenant de toutes les régions du pays : 65 de Montréal, 45 de Toronto, 30 de la Colombie-Britannique, 17 des Prairies, 13 de la région atlantique, 8 d'autres villes du Québec et de l'Ontario, et 2 des Territoires du Nord-Ouest et du Yukon. Ces projets sont extrêmement prometteurs et permettent à l'industrie et aux télédiffuseurs canadiens de miser résolument sur l'avenir.

Longs métrages :
le PPC appuie la production de 19 films

Depuis sa création, le FCT a injecté 45 millions de dollars dans l'industrie du cinéma. Il appuie des projets de grande qualité, contribue à une augmentation du volume de production annuelle et assure une plus grande visibilité aux longs métrages, qui sont programmés à la fois en salles et à la télévision.

En 1998-1999, l'enveloppe du FCT pour le long métrage a été administrée par le PPC. Dix-neuf longs métrages ont été produits grâce à ces ressources. Ces projets pouvaient recevoir des compléments aux droits de licence provenant du PBD ou des investissements du PPC. Huit d'entre eux ont également été financés par le Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm.

Les engagements de l'exercice se sont élevés à 14 millions de dollars, comparativement à 16,4 millions de dollars au cours de l'exercice précédent. Les versements étant liés aux échéanciers de production, le PPC a respecté le budget annuel de 15 millions de dollars alloué aux longs métrages. Les devis totaux de ces projets se sont élevés à 56,6 millions de dollars, le PPC en a assumé 25 %.

ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION

Participation financière – Production seulement

| CATÉGORIES | SECTEUR PUBLIC | | | | | | | | | | En milliers de dollars | % |
|---------------------|----------------|--------------------|------|------------------|--------|--------|---|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------|
| | TOTAL | CBC/ CBC – RÉGIONS | RDI | RC/ RC – RÉGIONS | TOTAL | QUÉBEC | TELÉ- TVONTARIO/ ACCESS, TFO KNOWLEDGE, ET AUTRES SCM | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | | |
| Français | Dramatiques | 15 692 | 25,5 | — | 10 585 | 10 585 | 17,2 | 100 | 275 | — | 375 | 0,6 |
| | Variétés | 1 256 | 37,7 | — | 938 | 938 | 28,1 | — | 318 | — | 318 | 9,5 |
| | Enfants | 6 909 | 21,1 | — | 643 | 643 | 2,0 | 2 648 | 822 | — | 3 470 | 10,6 |
| | Documentaires | 3 113 | 17,6 | 40 | 942 | 982 | 5,6 | 734 | 310 | 5 | 1 049 | 5,9 |
| | Longs métrages | 12 | 0,1 | — | — | 0 | 0,0 | — | — | — | 0 | 0,0 |
| | Sous-total | 26 982 | 20,3 | 40 | 13 107 | 13 147 | 9,9 | 3 482 | 1 725 | 5 | 5 212 | 3,9 |
| Anglais | Dramatiques | 38 285 | 21,3 | — | 21 763 | 21 763 | 12,1 | — | — | — | 0 | 0,0 |
| | Variétés | 0 | 0,0 | — | — | 0 | 0,0 | — | — | — | 0 | 0,0 |
| | Enfants | 3 349 | 15,8 | 129 | — | 129 | 0,6 | — | 205 | 125 | 330 | 1,6 |
| | Documentaires | 8 914 | 25,6 | 2 476 | 122 | 2 598 | 7,5 | 3 | 284 | 315 | 602 | 1,7 |
| | Longs métrages | 1 494 | 3,8 | 150 | — | 150 | 0,4 | — | — | — | 0 | 0,0 |
| | Sous-total | 52 042 | 18,9 | 24 517 | 122 | 24 639 | 9,0 | 3 | 489 | 440 | 932 | 0,3 |
| Langues autochtones | Dramatiques | 225 | 7,9 | 15 | 0 | 15 | 0,5 | 0 | 39 | 6 | 45 | 1,6 |
| | Variétés | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | Enfants | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | Documentaires | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | Longs métrages | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — | — |
| | Sous-total | 225 | 7,9 | 15 | 0 | 15 | 0,5 | 0 | 39 | 6 | 45 | 1,6 |
| Total | | 79 248 | 19,3 | 24 572 | 0 | 13 229 | 9,2 | 3 485 | 2 253 | 451 | 6 188 | 1,5 |

Comprend les stations affiliées de CTV qui n'appartiennent pas à BATON, CHUM ou WIC.



Amarok's Song Series
r. Martin Kreelak
L'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille
l'artiste Inuit, Martin Kreelak, a accompagné sa famille

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement de productions dans le cadre du FCT – PPC

| LIEU | NOMBRE DE PROJETS* | NOMBRE D'HEURES DE PRODUCTION | DEVIS** | PARTICIPATION DE TÉLÉFILM CANADA |
|------------------------------------|--------------------|-------------------------------|---------|----------------------------------|
| Montréal | 84 | 441,5 | 156 803 | 37 196 |
| Toronto | 45 | 172,3 | 142 503 | 34 832 |
| Sous-total | 129 | 613,8 | 299 306 | 72 028 |
| Colombie-Britannique | 30 | 95,3 | 52 679 | 12 430 |
| Alberta | 7 | 24,0 | 8 784 | 2 679 |
| Saskatchewan | 4 | 18,0 | 6 875 | 1 925 |
| Manitoba | 6 | 12,5 | 2 673 | 733 |
| Ontario (à l'exclusion de Toronto) | 4 | 13,0 | 2 095 | 689 |
| Québec (à l'exclusion de Montréal) | 5 | 12,5 | 5 256 | 824 |
| Nouveau-Brunswick | 5 | 21,7 | 4 019 | 1 502 |
| Nouvelle-Écosse | 9 | 33,7 | 25 298 | 7 183 |
| Île-du-Prince-Édouard | 1 | 0,5 | 750 | 300 |
| Terre-Neuve | 3 | 4,5 | 2 835 | 568 |
| Sous-total | 74 | 235,7 | 111 263 | 28 832 |
| Total | 203 | 849,5 | 410 569 | 100 860 |

* Comprend huit projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages. ** Ne comprend pas la part étrangère (23 308 252 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

En 1999-2000, l'enveloppe de la production en langues autochtones sera de 2 millions de dollars, soit 1 million pour le PPC et 1 million pour le PDD. Elle sera entièrement administrée par le PPC. Le fait que le PPC administre l'enveloppe du PDD pourrait éventuellement réduire les crédits d'impôt dont bénéficient les producteurs. En guise de compensation, le PPC augmente sa part d'investissement dans les projets admissibles, et cela, jusqu'à 70 % des coûts de production.

Régions : 29 % des ressources en production et en développement

Grâce au FCT, des créateurs de toutes les régions du pays ont la possibilité de s'exprimer par le truchement de la télévision et du cinéma, de faire carrière dans leur région et d'illustrer les problématiques et les rêves de leur communauté. Plusieurs mesures incitatives y contribuent, dont un assouplissement des exigences concernant les droits de diffusion et la récupération. Les bureaux régionaux de Téléfilm à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax travaillent de concert avec les instances gouvernementales et l'industrie de leur région pour encourager la création audiovisuelle.

Le Canada compte quatre grands centres de production, soit Montréal et Toronto, mais aussi – et de

Objectifs linguistiques : projets en français, en anglais et en langues autochtones

Le PPC a consacré 34 % de ses ressources en production et en développement à des projets de langue française, 65 % à des projets de langue anglaise et 1 % à des projets de langues autochtones. Ces pourcentages répondent aux objectifs du Programme. Le PPC appuie la production dans les deux langues officielles dans tout le pays. Ainsi, le Programme a contribué au développement et à la production de 32 projets de langue anglaise au Québec et de 11 projets de langue française au Nouveau-Brunswick, en Colombie-Britannique, en Ontario et au Manitoba, y consacrant plus de 13 millions de dollars, soit près de 13 % de ses engagements.

Le PPC a encouragé l'essor de la production autochtone grâce à une enveloppe de 1 million de dollars. Il a assoupli ses exigences quant aux droits de diffusion, aux catégories admissibles et aux heures de diffusion. Il a aussi favorisé l'embauche d'apprentis autochtones. Le Programme a financé 16 projets autochtones, dont 11 productions et cinq projets de développement. Sept projets viennent de l'Ouest (deux de la Colombie-Britannique, deux du Manitoba, et un de la Saskatchewan, du Nunavut et du Yukon).

à 17,8 % l'année dernière. Cette hausse a surtout profité aux dramatiques et aux longs métrages. La contribution des distributeurs et du secteur privé (producteurs-équipes-services, fonds d'aide privés, commanditaires, investisseurs privés) s'est maintenue, représentant au total 20 % des devis. Les gouvernements provinciaux jouent un rôle important dans l'essor de la production canadienne. Cette année, Terre-Neuve et le Manitoba se sont ajoutées aux provinces qui encourageaient leur production, soit le Québec, l'Ontario, la Nouvelle-Écosse, le Nouveau-Brunswick, la Saskatchewan et la Colombie-Britannique. Les crédits d'impôt fédéral et provinciaux représentent maintenant 85 % des contributions gouvernementales, comparativement à 80 % l'année précédente.

Enfin, les producteurs canadiens continuent de miser sur des coproducteurs, entreprises de télé-diffusion et distributeurs étrangers pour financer leurs œuvres. En incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire, la participation étrangère totale aux projets du PPC s'est élevée cette année à 37,4 millions de dollars, une augmentation de 28 % par rapport à l'année précédente.

| FCT - PROGRAMME DE DROITS DE DIFFUSION | % | En milliers de dollars | 11 154 | 293 | 1 449 | 1 916 | 14 811 | 29 128 | 4 347 | 5 353 | 38 828 | 619 | 13,2 | 79 248 | 19,3 | 37 569 | 9,2 | 42 684 | 10,4 | 72 231 | 17,6 | 14 090 | 3,4 |
|--|---|------------------------|--------|------|-------|-------|--------|--------|--------|-------|--------|------|-------|--------|-------|--------|------|--------|------|--------|------|--------|-----|
| | | | 18,2 | 8,8 | 4,4 | 10,8 | — | 11,2 | 38 285 | 20,4 | 15,4 | 14,1 | 21,8 | 225 | 7,9 | 331 | 11,7 | 0 | 0,0 | 632 | 22,3 | 98 | 3,5 |
| ENTREPRISES DE TELEDIFFUSION | % | En milliers de dollars | 25,5 | 37,7 | 193 | 5,8 | 103 | 3,1 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | |
| | | | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| SECTEUR PRIVE | % | En milliers de dollars | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| | | | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| DISTRIBUTEURS | % | En milliers de dollars | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| | | | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES | % | En milliers de dollars | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| | | | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| PARTICIPANTS ETRANGERS | % | En milliers de dollars | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |
| | | | 2 675 | 4,4 | 921 | 1,5 | 14 125 | 23,0 | 577 | 17,3 | 23,6 | 31,9 | 5 645 | 31,7 | 25,3 | 2 595 | 2,0 | | | | | | |

[illegible]

Crimes of Honour
r. Shelley Saywell
Crimes of Honour expose une
protique islamique insoutenable
filles ayant perdu leur virginité.
L'émission a été diffusée en
première par la CBC en janvier
1999. Depuis, elle a été achetée
par la Finlande et les Etats-Unis
ou elle sera présentée par HBO
cet automne.

PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

Contrats signés – Production, scénarisation et développement

NOMBRE
DE PROJETS*

DEVIS
TOITOUX**
En milliers
de dollars

TELEFILM
CANADA
En milliers
de dollars

RÉPARTITION
LINGUISTIQUE
%

Français

| | | | |
|----------------------------------|-----|---------|--------|
| Production | 74 | 151 495 | 33 522 |
| Modifications – production*** | – | – | 502 |
| Sous-total | 74 | 151 495 | 34 024 |
| Scénarisation et développement | 61 | 3 975 | 1 458 |
| Modifications – développement*** | – | – | 179 |
| Sous-total | 61 | 3 975 | 1 648 |
| Sous-total – français | 135 | 155 470 | 35 672 |

Anglais

| | | | |
|----------------------------------|-----|---------|--------|
| Production | 118 | 279 544 | 66 404 |
| Modifications – production*** | – | – | -127 |
| Sous-total | 118 | 279 544 | 66 277 |
| Scénarisation et développement | 114 | 5 036 | 1 872 |
| Modifications – développement*** | – | – | 86 |
| Sous-total | 114 | 5 036 | 1 958 |
| Sous-total – anglais | 232 | 284 579 | 68 235 |

Langues autochtones

| | | | |
|----------------------------------|----|-------|-------|
| Production | 11 | 2 839 | 934 |
| Modifications – production*** | – | – | – |
| Sous-total | 11 | 2 839 | 934 |
| Scénarisation et développement | 5 | 140 | 65 |
| Modifications – développement*** | – | – | – |
| Sous-total | 5 | 140 | 65 |
| Sous-total – langues autochtones | 16 | 2 979 | 1 000 |

Total

| | | | |
|-----|---------|---------|-------|
| 383 | 443 028 | 104 907 | 100,0 |
|-----|---------|---------|-------|

Comprend huit projets qui ont également reçu un apport financier par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages.
** Comprend les devis totaux des coproductions.
*** Les modifications incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des années précédentes.



Télévision

d'événements spéciaux et des engagements trimestriels de la Société. La Société contribue aussi à la publication des communiqués du FCT.

Documents sur l'industrie canadienne

Le Répertoire de l'industrie canadienne du film,

de la télévision, de la vidéo et du multimédia

Ce document répertorie les ministères et organismes des gouvernements canadien et provinciaux concernés par le secteur audiovisuel, les organismes culturels, les associations professionnelles, les entreprises de production, de distribution et d'exportation, les laboratoires et services à la production, les télédiffuseurs, les organismes de financement et les festivals canadiens.

On y retrouve les coordonnées utiles et les personnes avec qui communiquer.

Téléfilm s'associe à Multimédia Canada 1999

La Société a commandité le premier guide canadien du multimédia, *Multimédia Canada*, qui comprend 3 000 inscriptions dont les sociétés de production, de distribution, d'équipements et de services multimédias, les centres de formation et de recherche, les associations et les professions connexes (avocats, scénaristes et assureurs spécialisés en multimédia). Ce document est publié par Canadashow.com, une filiale de la revue *QuifaitQuoi*.

Téléfilm et l'OFDC lancent Canadian Production Finance : A Producer's Handbook

Ce guide destiné aux petites et moyennes entreprises traite de tous les aspects financiers d'une production, exemples pratiques à l'appui. Il facilite les contacts avec les organismes de financement, les banques, les avocats et les comptables, entre autres. Écrit par Kathy Avruch-Johnson, il est vendu par la Société de développement de l'industrie cinématographique ontarienne.

Documents liés aux relations internationales

Zoom International

Zoom Europe, un bulletin d'information sur le

marché européen, a été renommé *Zoom International* et comprend une section régulière sur les marchés de l'Asie. Ce document bilingue est publié par le bureau de Paris, avec la collaboration du bureau de Vancouver, responsable du programme *Initiative Asie-Pacifique* de Téléfilm.

Guides sur l'industrie européenne

Le bureau de Paris publie, et met à jour régulièrement, des guides sur les industries française, allemande, italienne et espagnole.

Annuaire Canada-Asie

Publié par le bureau de Vancouver, l'*Annuaire Canada-Asie* comprend les coordonnées de quelque 150 professionnels canadiens qui connaissent une langue ou une culture asiatique, ou qui ont déjà travaillé avec un partenaire venant d'Asie.

Guide sur la coproduction

Le Canada : un partenaire de choix

Au MIP-TV 1999, Téléfilm a lancé son premier guide sur la coproduction, où l'on retrouve toutes les informations relatives à la coproduction avec le Canada, notamment les principes directeurs de la coproduction, la liste des pays coproducteurs et un profil des sociétés canadiennes de coproduction. L'industrie s'est associée à Téléfilm pour cette publication.

Catalogues des productions appuyées par Téléfilm

Téléfilm publie chaque année des catalogues sur les productions qu'elle finance. Reflétant l'augmentation de la production, quatre catalogues ont été publiés en 1999 : un sur les dramatiques, émissions de variétés et émissions pour enfants ; un sur les documentaires ; un sur les produits multimédias et un sur les longs métrages. Plus de 250 productions y sont répertoriées, avec coordonnées, synopsis, photos et, pour les longs métrages, photographie du réalisateur.



Traces d'étoiles
r. Claude Desrosiers
Les Productions Pixcom inc.
Deux des meilleurs comédiens
du Québec, Sylvie Drapeau
et Luc Picard, donnent à voir
un magnifique duo d'acteurs
dans cette bouleversante
adaptation de la pièce de
théâtre éponyme.

Histoire Max
r. Michel Maltais
Les Productions R.
Chabonneau
Histoire Max, une production
ontarienne, c'est la rencontre
de la Nouvelle-France
et de l'Acadie, du présent
et de l'histoire du Canada
de 1606 à 1760, d'une jeune
reporter, Max, et de celui qui
monte ses reportages, François.

ont remporté une trentaine de prix internationaux
très convoités.

Le bureau a facilité la sélection en organisant
la projection de 441 films, émissions de télévision et
vidéos pour des représentants de festivals. Il a aussi
contribué au sous-titrage en français, en anglais,
en espagnol et en allemand d'une quinzaine de films
sélectionnés par des festivals. De plus, il a permis
à 39 cinéastes canadiens de participer à la promotion
de leurs œuvres lors de festivals majeurs, et a aussi
collaboré à l'organisation de plusieurs rétrospectives
du cinéma canadien, notamment au Mexique,
en France, en Lettonie, en Catalogne, aux États-Unis
et à Taiwan.

Initiative Asie-Pacifique

Téléfilm contribue au développement des relations avec
les marchés asiatiques grâce à *Initiative Asie-Pacifique*,
un programme créé en 1998 et dont la responsabilité
a été confiée au bureau de Vancouver. En 1998, une
mission en Chine présidée par François Macerola et
composée de représentants des provinces a constitué
un pas important dans cette direction.

Depuis, les relations avec la Chine se sont intensi-
fiées. Un groupe de travail conjoint des secteurs public
et privé a été créé pour assurer la continuité dans
le domaine des coproductions, de l'exportation et
de l'importation. Une délégation des présidents de
studios chinois a fait un séjour à Montréal, Toronto et
Vancouver en novembre 1998. Le point saillant de cette
mission a été la signature, entre Shanghai Animation
Studio et CINAR (Montréal), d'une première copro-
duction d'animation, *Rumble & Crowl*. D'autres projets
sont en marche, notamment dans le secteur du
documentaire. Par ailleurs, l'entreprise privée chinoise
a présenté une vingtaine de films canadiens sur les
ondes de la chaîne payante Movie Channel, qui rejoint
plus de 20 millions de foyers. Notons également que le
Festival de télévision de Banff et Téléfilm ont organisé
un Focus sur la Chine à l'occasion du 20^e anniversaire
du Festival.



**LES PUBLICATIONS DE TÉLÉFILM :
des outils nationaux et internationaux précieux**

Par l'intermédiaire de la direction des communications
et affaires publiques, Téléfilm s'est dotée de plusieurs
outils d'information et promotionnels. Ces documents
sont disponibles sur le site Internet de la Société
(www.téléfilm.gc.ca) et plusieurs sont publiés sur
papier, à la demande des clientèles de l'organisme.
Au cours de l'exercice, Téléfilm a aussi contribué
à des publications des secteurs privé et public.

Documents d'information sur Téléfilm

Rapport d'activités du FCT

Outre son propre rapport annuel, Téléfilm Canada
copublie le *Rapport d'activités* annuel du Fonds cana-
dien de télévision. On y retrouve les faits saillants
et l'analyse des données de l'exercice, de même que
la liste complète des productions et des projets de
développement appuyés par le FCT. On peut obtenir
ce document à l'un ou l'autre des bureaux de Téléfilm
ou au FCT, 1 877 975-0766.

Liste annuelle des engagements de Téléfilm

Ce document présente la liste des projets par fonds et
programmes et par langue. On y retrouve, pour chaque
projet, les noms du producteur, du réalisateur et
du scénariste, l'entreprise de distribution, la ville
d'origine et la participation financière de Téléfilm.

Communiqués de presse

Téléfilm publie une soixantaine de communiqués
de presse par année. Ils traitent entre autres des faits
saillants de l'exercice, des prix Téléfilm Canada, de la
participation canadienne aux festivals et marchés,

The Worst Witch
Annie M. White
Le Canada et le Royaume-Uni
se sont unis pour coproduire
cette charmante et espérée
la célèbre collection éponyme
de Jill Murphy. Déjà neuf pays,
dont les États-Unis (HBO),
en ont acheté les droits. Cette
premier rang des émissions
pour la jeunesse en Angleterre

1999-2000. Les nouvelles normes exigeaient en effet que toutes les demandes d'accréditation anticipées de cet exercice aient été remises avant la fin du mois de janvier 1999. Une partie de ce bilan concerne donc des projets du prochain exercice.

La France et le Royaume-Uni sont au premier rang des pays coproducteurs. De fait, 90 % des coproductions canadiennes sont réalisées avec l'Europe. Parmi les autres pays coproducteurs cette année, mentionnons l'Allemagne, le Japon, le Luxembourg, l'Afrique du Sud, la Norvège, l'Ukraine, la République tchèque, la Suisse et l'Islande. On remarque une nette augmentation du volume de coproduction du côté des émissions pour enfants et des documentaires.

Téléfilm accorde 9,5 millions au développement et à la production de projets de coproductions

En plus de l'accréditation des projets, Téléfilm investit chaque année dans un certain nombre de projets participativement intéressants sur le plan culturel. En 1998-1999, la Société a engagé 9,1 millions de dollars dans la production de 20 projets de coproduction représentant des devis totaux de 167,4 millions de dollars. La Société a aussi alloué près de 400 000 \$ au développement de coproductions, dont huit projets par l'entremise de mini-traités avec la France et un projet avec le Royaume-Uni dans le cadre du *Cinema Plan* pour le développement de coproductions cinématographiques en anglais.



Amandine Malabul

Marchés internationaux : une participation canadienne record

Téléfilm participe maintenant à neuf marchés, comparativement à cinq marchés auparavant : trois marchés de télévision, le MIP-TV et le MIPCOM à Cannes, et le NATPE à Los Angeles ; trois marchés du film, soit ceux du Festival international du film de Berlin, du Festival international du film de Cannes et de l'Independent Feature Film Market de New York ; trois marchés du multimédia, le MILIA de Cannes, l'E3 à Los Angeles et le MIM à Montréal.

Le Canada est une figure majeure de ces marchés. De fait, la présence de l'industrie dans les stands

ombrelle de Téléfilm ne cesse de croître ; au cours des trois dernières années, elle est passée de 44 à 56 et à 72 entreprises. La plupart des participants sont de petites et moyennes entreprises provenant de toutes les régions canadiennes. Téléfilm met à leur disposition un vaste réseau de contacts et une expertise unique en relations internationales. Les marchés sont déterminants pour la vente des produits, l'achat de droits de distribution et de diffusion, la création ou la finalisation de coproductions et la recherche de partenaires financiers. Ils permettent une meilleure compréhension des tendances internationales et la mise en place de bonnes stratégies de développement.

Téléfilm a fait un retour au Marché de Berlin, le Festival de Berlin s'avérant une plaque tournante essentielle pour nos longs métrages en Europe et un élément clé du développement de partenariats européens en long métrage. La Société a par ailleurs participé pour la première fois à trois marchés du multimédia, ce nouvel axe de croissance des talents canadiens, afin d'assurer à nos produits une visibilité à la mesure de leur qualité.

Le rôle de Téléfilm dans ces marchés est diversifié : accueil, promotion, services logistiques, organisation d'événements et de rencontres, participation à des conférences ou réunions avec des instances gouvernementales étrangères ou des groupes de coproducteurs.

1 171 inscriptions dans 104 festivals et événements internationaux

Intégré depuis octobre 1998 à la direction des relations internationales, le bureau des festivals internationaux continue d'agir à titre d'agent des produits canadiens dans les festivals étrangers. Chacun des professionnels qui y travaille s'est spécialisé dans un ou des genres spécifiques : films à petit budget, films spécialisés, documentaires, animation, etc. On y développe aussi une expertise dans le secteur du multimédia et de la production autochtone.

En 1998-1999, le bureau a procédé à 1 171 inscriptions dans 104 festivals et événements internationaux. Une hausse importante par rapport aux 972 inscriptions de l'exercice précédent! Les œuvres canadiennes



RELATIONS INTERNATIONALES

de la personne a été remis à *Native Veterans: A Warrior Story* de Joe Beardy.

Sept des 17 prix Téléfilm Canada sont destinés à la relève canadienne du court, du moyen et du long métrage. Les prix Téléfilm Canada aux festivals de Vancouver et de Halifax ont pour objectif de soulever la qualité de la production de l'Ouest du pays et de la région atlantique. La Société appuie aussi la production autochtone en remettant chaque année deux prix à des œuvres autochtones au Festival de Banff.

Créés en 1966, les prix Téléfilm Canada étaient jusqu'à maintenant des contributions au développement de la production de futures œuvres admissibles au financement de la Société. Téléfilm fera une évaluation de cette formule en 1999-2000 afin d'assurer que les prix soient le plus utiles possible à l'industrie.

En tant que société d'État, Téléfilm a le mandat de promouvoir la culture canadienne sur la scène mondiale et de contribuer au développement de partenariats internationaux solides. En 1998-1999, ce mandat était une priorité.

Par l'intermédiaire de la direction des relations internationales, la Société a offert à l'industrie une expertise de pointe et un large éventail de services dans le domaine des coproductions, des marchés et des festivals internationaux. Son bureau de Paris a contribué au renforcement des liens avec la communauté européenne. Par ailleurs, la direction soutient l'industrie dans sa recherche de nouveaux marchés, notamment en Asie et dans les pays ibéro-hispaniques. La direction a travaillé en collaboration avec les bureaux canadiens de Téléfilm pour faire en sorte que toutes les régions aient accès aux instruments de développement internationaux de la Société.

Pour assurer plus de poids et de vision à ses activités, la direction des relations internationales a intégré les festivals internationaux qui relevaient auparavant de la direction des communications.

Le bureau de Paris a fait l'objet d'une consultation auprès de l'industrie et le bilan s'est révélé positif. L'industrie considère qu'il est important d'avoir une antenne en Europe, qui est son principal partenaire. À la suite des recommandations qui lui ont été faites, la Société continuera de participer aux grands débats européens comme ceux qui ont lieu au sein du Forum de Strasbourg et des instances audiovisuelles.

Au cours de l'exercice, le bureau de Paris a été présent à plusieurs événements européens, dont le Festival d'Annecy, où Téléfilm et TV France International célébraient dix ans de succès franco-canadiens en animation, et le Rendez-vous international des scénaristes, où on retrouvait plusieurs scénaristes canadiens. Le bureau a organisé une immersion à Londres pour 25 professionnels canadiens du documentaire et une expérience similaire est prévue à Paris en novembre prochain.

Coproductions internationales : des instruments pour développer la qualité

Cinq nouveaux accords de coproduction

Cinq nouveaux accords de coproduction ont été signés en 1998-1999, soit avec Cuba, la Finlande, la Norvège, les Philippines et Singapour, tandis que les accords avec l'Espagne et l'Allemagne ont été élargis de façon à inclure la télévision et le multimédia.

À ce jour, 46 accords ont été signés avec 54 pays. La coproduction est un outil pour atteindre la qualité, comme on l'a vu récemment avec des œuvres telles

Le Violon Rouge, *Emporte-moi*, *existenz*, *Insecta* et *The Worst Witch*. Par des commissions mixtes comme celles qui se sont tenues avec l'Allemagne et l'Espagne cette année, et d'autres initiatives, Téléfilm s'assure

que les accords demeurent pertinents dans un monde en constante évolution. En plus de la télévision et du cinéma, la moitié des accords incluent maintenant le multimédia. Par ailleurs, la participation financière minime exigée dans le cas d'un partenaire mineur tend maintenant à être de 20 % plutôt que de 30 %, ce qui assure plus de flexibilité sur le plan du financement.

En cette ère de mondialisation, Téléfilm est reconnu pour la pertinence de ses politiques internationales. Avec ses partenaires étrangers, elle ne cesse de développer de nouvelles politiques pour favoriser des

alliances internationales. La Société met de plus en plus l'accent sur les accords multilatéraux dont Media II et Eurimages en Europe. Elle encourage aussi la signature d'une entente de coopération multiculturelle entre le Canada et la Communauté européenne, et étudie la possibilité de devenir membre du programme Ibéro-América, qui regroupe le Portugal et 11 pays d'Amérique latine.

Accréditation de 131 projets de coproduction avec des devis de plus de 850 millions de dollars

Le service des coproductions a accrédité 131 projets de coproduction représentant des devis de plus de 850 millions de dollars. Ce bilan exceptionnel est lié en partie aux dates de tombée du FCT pour l'exercice

Riopelle sans titre 1999, collage

r. Pierre Houle

Lauréat du Prix Téléfilm

Canada décerne dans le cadre du Festival de télévision de Bonff à la Meilleure production de longue française, Riopelle sans titre 1999, collage rend hommage à ce grand peintre, à cet homme immense.

canadiennes, et des toutes dernières nouvelles de la Société. On y a accès au site du Fonds canadien de télévision, et notamment aux principes directeurs et aux communiqués du FCT. On y trouve aussi la liste à jour des appels d'inscription aux festivals et celle des films canadiens présentés dans les festivals internationaux. Par l'entremise du Répertoire de l'industrie, on peut avoir accès aux sites d'une centaine de joueurs du milieu audiovisuel canadien. Le site de Téléfilm.com prend aussi la plupart des documents listés dans la section Publications de ce rapport annuel.

Les prochaines étapes : multiplier les hyperliens entre le site de Téléfilm et d'autres sites d'intérêt connexe, canadiens et étrangers ; intégrer les catalogues à une base de données afin de faciliter les recherches par réalisateur et producteur, entre autres ; mettre en place une interface graphique pour que les utilisateurs puissent entrer directement des données sur les formulaires de demande inclus dans le site. Le www.telefilm.gc.ca

sera de plus en plus utile et convivial !



Festivals canadiens : des tremplins pour la production canadienne

En 1998-1999, Téléfilm Canada a appuyé 29 festivals canadiens par le programme *Le Canada à l'affiche*. Il s'agit des principales manifestations nationales, soit le Festival des films du monde de Montréal, le Festival international du film de Toronto, le Festival de télévision du film de Vancouver et le Festival de télévision de Banff, et de 25 festivals, régionaux ou à caractère plus spécialisé, qui mettent en vedette, entre autres, le documentaire, le court métrage, les arts, l'animation, la production jeunesse, la production autochtone, les nouvelles technologies et la production indépendante et expérimentale.

Tous ces festivals sont des tremplins pour la production canadienne, ils permettent aux Canadiens de toutes les régions d'avoir plus facilement accès à la production canadienne et internationale.

La Société a alloué 1,9 million de dollars à ces événements. Cinq festivals se sont ajoutés au programme cette année, dont quatre sont destinés aux jeunes. Le Canada à l'affiche compte maintenant sept

The Sleep Room/
Pavillon de l'homme
CINAR Films inc./Bernard
r. Anne Wheeler
Dans le cadre du 50^e anni-
versaire de la Déclaration
universelle des droits de
l'homme, cette série drama-
tique, fondée sur des faits réels,
a reçu au cours du Festival de
Banff 1998 le Prix Téléfilm
Canada pour la Meilleure pro-
duction en français ou en anglais tra-
versant des droits de la personne

Les prix Téléfilm Canada dans les festivals canadiens

aux productions canadiennes.

en mai 1999. La direction des communications et affaires publiques continuera de travailler avec ce secteur pour assurer la meilleure visibilité possible

Les festivals canadiens sont un axe de plus en plus important du plan d'affaires des bureaux régionaux de Téléfilm. Le programme *Le Canada à l'affiche* a donc été transféré à la direction des opérations canadiennes et en mai 1999. La direction des communications et affaires publiques continuera de travailler avec ce secteur pour assurer la meilleure visibilité possible

aux productions canadiennes.

Les festivals canadiens sont un axe de plus en plus important du plan d'affaires des bureaux régionaux de Téléfilm. Le programme *Le Canada à l'affiche* a donc été transféré à la direction des opérations canadiennes et en mai 1999. La direction des communications et affaires publiques continuera de travailler avec ce secteur pour assurer la meilleure visibilité possible

aux productions canadiennes.

Téléfilm a accordé 17 prix dans le cadre de dix festivals canadiens du film, de la télévision et de la vidéo, pour une somme totale de 169 000 \$. Une bourse de 5 000 \$ a aussi été accordée à un participant de la *Course Destination Monde* présentée pour la dernière fois par Radio-Canada cette année.

Pour souligner le 50^e anniversaire de la *Déclaration universelle des droits de l'homme*, Téléfilm a créé deux prix spéciaux au Festival de télévision de Banff 1998. Le prix pour la Meilleure production télévisuelle canadienne en français ou en anglais traitant des droits de la personne a été remis à *The Sleep Room/Pavillon de l'homme* de Anne Wheeler, et le prix pour la Meilleure production télévisuelle autochtone en français, en anglais ou en langue autochtone traitant des droits



En 1998-1999, la direction des communications et affaires publiques de Téléfilm a contribué à une plus grande visibilité de l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multimédia, au pays comme à l'étranger. Activités d'information et de promotion, publications diverses, organisation d'événements et développement du site Internet ont mis en valeur les talents canadiens. La direction a contribué au renouveau du Fonds canadien de télévision (FCT), en collaboration avec le conseil d'administration du FCT, le conseil d'administration, la direction et les bureaux régionaux de Téléfilm, et l'équipe du Programme de droits de diffusion (PDD) du FCT, à Toronto. Les communications avec l'industrie et les médias ont été nombreuses. Elles ont permis de transmettre efficacement les orientations du FCT pour 1999-2000 et les changements au mode de fonctionnement des deux Programmes. Téléfilm était guidée par deux objectifs : accroître la transparence de ses activités et améliorer son partenariat avec le PDD pour que l'industrie, les télédiffuseurs et le public tirent un meilleur parti des ressources du FCT.

La direction a appuyé les stratégies de Téléfilm en ce qui concerne la promotion des longs métrages au Canada et à l'étranger. Ainsi, les projections que

La Société organise pour les parlementaires canadiens et les dignitaires étrangers s'avèrent un excellent outil pour la reconnaissance de notre cinéma. Elles contribuent à rapprocher les décideurs gouvernementaux de l'industrie et des créateurs. À la suite du succès de ces projections, dont celle du *Violon Rouge* de François Girard, l'industrie a commencé à organiser ses propres projections à Ottawa, avec le concours de Téléfilm. La Société se réjouit de cette initiative. Nous entendons faire en sorte que ces événements servent la cause de notre cinéma et respectent un équilibre linguistique et régional.

Les marchés et les festivals sont d'excellentes vitrines de la production canadienne. La direction



Le site de Téléfilm traite de l'organisme, des festivals, des affaires internationales, du financement des productions, des productions ainsi que de l'industrie de la scène internationale.

Le site de Téléfilm traite de l'organisme, des festivals, des affaires internationales, du financement des productions, des productions ainsi que de l'industrie

Le site Internet de Téléfilm est une porte ouverte sur l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multimédia. Le nombre d'accès a augmenté du tiers cette année et le nombre d'utilisateurs est aussi en progression; plus de la moitié d'entre eux viennent de la scène internationale.

Le site de Téléfilm traite de l'organisme, des festivals, des affaires internationales, du financement des productions, des productions ainsi que de l'industrie

En 1999-2000, la Société mettra tout particulièrement l'accent sur l'industrie du multimédia, dont le dynamisme est remarquable. L'essor de cette industrie exige une excellente promotion nationale et internationale. On trouvera, à la fin des Faits saillants, une liste des publications de Téléfilm Canada réalisées par ou avec la collaboration de la direction des communications et affaires publiques.

Le site de Téléfilm traite de l'organisme, des festivals, des affaires internationales, du financement des productions, des productions ainsi que de l'industrie



L'univers fantastique
de Jean Leleup
r. Clodine Galipeau
Amérimage-Spectra Inc.
Cette illustration musicale de l'imaginaire de Jean Leleup inlègre aux chansons de l'artiste des courts métrages de fiction adaptés de nouvelles écrites par Leleup.

The Prince and the Grail
r. Robert Hutt
Charing Cross Productions Ltd.
Un riche mélange de séquences contemporaines recréant l'époque médiévale, d'animation ainsi que de décors, d'acteurs et de costumes virtuels donne un cachet incomparable à cette émission qui relate la légende du Graal et avance l'hypothèse qu'il puisse avoir été apporté au Canada par un explorateur écossais du XIV^e siècle. À voir en première à Vision TV en octobre 1999.



TÉLÉFILM CANADA : UN ENGAGEMENT DE LONGUE DATE ENVERS LE CINÉMA CANADIEN

réée en 1967 sous le nom de Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne. Téléfilm est le principal partenaire de cette industrie depuis plus de 30 ans. En 1986, la mise en place du Fonds de financement de longs métrages donnait une nouvelle impulsion à notre cinéma. Et en 1996, le lancement du Fonds canadien de télévision, doté d'une enveloppe de 15 millions de dollars pour le long métrage, allait permettre à Téléfilm d'accroître son appui aux talents cinématographiques canadiens.

C'est ainsi que Téléfilm a contribué à la création de quelque 750 longs métrages, dont plusieurs – entre autres les films de Claude Jutra, David Cronenberg, Jean Pierre Lefebvre, Bill Fiset, Don Shebib, Claude Fournier, Gilles Carle, Philip Borsos, Mireille Dansereau, Don Owen, André Forcier, Denys Arcand, Anne Wheeler, Francis Mankiewicz, Micheline Lanctôt, Allan King, Michel Brault, Atom Egoyan, Jean-Claude Lauzon, Patricia Rozema, Lea Pool, Bill McGillivray, Lynne Stopkewich, Guy Maddin, Bruce McDonald, Don McKellar, Mina Shum, Robert Lepage, Thom Fitzgerald, Denis Villeneuve et Manon Briand – sont des fleurons de notre cinéma. La Société appuie chaque année des premières œuvres, encourageant ainsi les cinéastes à renom de demain. Proportionnellement à sa population, le Canada est l'un des cinémas nationaux les plus présents dans les festivals et les marchés internationaux. Téléfilm a développé, au fil des ans, une expertise du financement des films, des marchés et des relations internationales absolument unique qui se traduit par une production de qualité, originale et diversifiée, à contenu canadien élevé, qui suscite l'intérêt des publics d'ici et d'ailleurs.

Longs métrages 1998-1999 : Téléfilm alloue 34,2 millions de dollars à 45 longs métrages

Le long métrage a une place d'honneur à Téléfilm. Au cours de l'exercice, la Société a appuyé la production de 45 longs métrages dont les devis totaux s'élevaient à 177,3 millions de dollars. La contribution financière de Téléfilm – 34,2 millions de dollars – a été allouée principalement par l'entremise du Fonds canadien de télévision et du Fonds de financement de longs métrages, mais aussi du Fonds régulier du Programme de partage des revenus de production de la Société et de mini-traités avec la France. Au total, la Société a consacré 64 % de ses ressources à des productions en anglais et 36 % à des productions en français. Huit longs métrages sont des coproductions avec un ou plusieurs des pays suivants : France, Suisse,

Royaume-Uni, Hongrie, Allemagne, Pologne et Norvège. Cinq coproductions sont à majorité canadienne. La Société a appuyé des projets d'une grande diversité. Comédies, films intimistes, historiques, futuristes et fantastiques, études de mœurs, drames sociaux, *road movies*, films expérimentaux : les longs métrages canadiens prennent racine dans un terreau culturel extrêmement riche. Ils traitent de tous les âges de la vie et de toutes les conditions sociales, et présentent des personnages canadiens de toutes les origines. Inspirés de la vision du monde et de l'imaginaire de créateurs canadiens, ils n'en sont pas moins d'un intérêt et d'une facture universels. Ils rejoignent des auditoires de tous les coins du monde avec des mots, des images, des personnages et des histoires qui sont bien d'ici. La Société a également contribué à des films de production, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoraire :

- 25 millions de dollars et plus : 3 projets, *existenz*, *Taste of Sunshine* et *La Veuve de Saint-Pierre* ;
 - 10 – 25 millions de dollars : 1 projet, *15 Moments* ;
 - 5 – 10 millions de dollars : 2 projets, *Ladies Room*, *Misery Harbour* ;
 - 2 – 5 millions de dollars : 17 projets ;
 - 1 – 2 millions de dollars : 3 projets ;
 - 1 million de dollars et moins : 18 projets.
- Les six projets dont les devis étaient supérieurs à 5 millions de dollars étaient tous des coproductions. Par ailleurs, quatre projets avaient des budgets de moins de 100 000 \$; ces films ont été financés par l'intermédiaire du Fonds régulier de Téléfilm qui permet d'encourager des œuvres expérimentales et des premières œuvres, produites surtout en région. Si on exclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoraire, le devis moyen des longs métrages appuyés par Téléfilm cette année était de 2,9 millions de dollars.

Téléfilm Canada est également un partenaire important des producteurs canadiens en ce qui concerne le développement et la scénarisation de projets de longs métrages. Cette année, 85 projets ont été conçus et Téléfilm a assumé 39 % des devis. On y trouvera les productions à succès de demain, tant au grand qu'au petit écran ! Pour plus de renseignements, veuillez consulter les chapitres consacrés au Programme de participation au capital du FCT et au Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada.



The City

Sarrazin-Couture Productions Inc.
Cette série torontoise audacieuse parle des événements et des personnages complexes qui forment la trame de toute métropole d'aujourd'hui. Cet automne, CTV en diffusera la deuxième saison alors que la version française prendra l'affiche au réseau TVA en septembre 2000.

To Russia with Fries
David Paperny Films
Ce documentaire dresse un portrait fascinant d'un homme de fer, George Cohon, celui qui a établi le premier MacDonald à Moscou, en 1979. To Russia With Fries est sorti sur le réseau CTV en juin dernier.

Répartition linguistique

La Société a encouragé de façon équitable la production dans les deux langues officielles, en allouant 34,2 % de ses ressources à la production en français et 65,1 % à la production en anglais. Par ailleurs, en conformité avec le mandat du Programme de participation au capital du FCT, une enveloppe de 1 million de dollars a été consacrée à la production en langues autochtones. Les œuvres appuyées cette année font entendre 16 langues autochtones et comptent une première coproduction internationale avec la France.

Les Filles de Shimun.

Répartition régionale

Des créateurs de toutes les régions contribuent à l'expansion de notre culture par l'entremise du film, de la télévision et du multimédia. Téléfilm a accordé 72 % de ses ressources à des projets de Montréal et de Toronto et 28 % à des projets des provinces de l'Ouest, des provinces de l'Atlantique et de villes du Québec et de l'Ontario autres que Montréal et Toronto. La région de l'Ouest a recoté 19 % de la contribution de Téléfilm, et la région atlantique, 8,3 %.

Depuis trois ans, la part des ressources de Téléfilm consacrées à la production régionale n'a cessé d'augmenter. Elle était de 26 % en 1996-1997 et de 27 % en 1997-1998.



Développement de projets

Le développement et la scénarisation de projets de qualité sont des priorités pour Téléfilm. En 1998-1999, l'aide au développement s'est élevée à 8,4 millions de dollars, comparativement à 7 millions de dollars l'année précédente. Cette augmentation est liée en partie au nouveau Fonds pour le multimédia.

Il faut noter qu'en raison de la diminution des revenus de la Société, le Fonds d'aide aux activités commerciales en production a été aboli cette année et que les ressources du Programme de partage des revenus de production (PPRP) ont diminué. La liste des entreprises bénéficiant du PPRP est disponible sur notre site Internet.

Doublage

Le doublage des films et des émissions de télévision assure une meilleure circulation des œuvres dans les deux langues officielles. Le public canadien a davantage accès aux œuvres d'ici et ce, dans sa propre langue. Trente-quatre films et émissions de télévision ont été doublés dans l'une ou l'autre des langues officielles, pour un total de 2,2 millions de dollars; 72 % de cette somme a été accordée pour le doublage en version française et 28 % pour le doublage en version anglaise. Par ailleurs, la plus grande partie de cette somme, soit 94 %, a été consacrée à des productions destinées à la télévision et 6 % à des productions pour les salles de cinéma.

L'originalité est un trait caractéristique de l'industrie canadienne. Notre cinéma a déjà une excellente réputation, mais le meilleur est encore à venir. »

PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT :

des records
Un appui à 588 nouveaux projets
Des devis totaux de 550 millions de dollars

En 1998-1999, Téléfilm Canada a alloué une somme record de 134 millions de dollars au développement et à la production de 588 nouveaux projets pour le cinéma, la télévision et les nouveaux médias. Les investissements en télévision et en cinéma ont augmenté et reflètent la grande vitalité de cette industrie. La création du Fonds pour le multimédia a par ailleurs permis à la Société de contribuer davantage à l'essor de produits à fort contenu canadien.

Cette contribution se répartit comme suit :

- Programme de participation au capital (PPC) du Fonds canadien de télévision : 104,9 millions de dollars;
- Fonds de financement de longs métrages : 20,7 millions de dollars;
- Fonds pour le multimédia : 4,9 millions de dollars (ce fonds comprend aussi des sommes pour le marketing);
- Programme de partage des revenus de production : 1,6 million de dollars;
- Minutaires de coproduction avec la France : 1,6 million de dollars;
- Fonds régulier : 378 000 \$.

La Société a permis la mise en œuvre de 588 projets, dont 276 projets de production et 312 projets de développement. L'exercice précédent avait vu la création de 506 projets.

Ces projets ont représenté une activité de production de plus d'un demi-milliard de dollars, ce qui s'est traduit par quelque 17 000 emplois directs et indirects dans l'ensemble du pays.

Téléfilm s'est associée aux projets qui présentaient le maximum de contenu canadien, le plus d'intérêt sur le plan culturel, le plus de chance d'atteindre de vastes auditoires, et le meilleur potentiel de récupération pour la Société.

volonté de changement, et elle a fait preuve de beau-coup de vision et de courage en créant le Fonds canadien de télévision et le Fonds pour le multimédia. J'ai donc confiance qu'elle aura de bonnes nouvelles à nous annoncer dès cet automne.



Heater

r. Terence Odeette

Marble Island Pictures

Deux itinéraires de Winnipeg

tissent des liens d'amitié fragiles

fondés sur leur besoin désespéré

de faire un peu d'argent grâce

à un colorisé vole. Heater est

le premier long métrage de

Le premier (L'Amir)

Téléfilm Canada propose de nouvelles pistes de solutions

« Nous souhaitons la création, conjointement avec des partenaires des milieux financiers et audiovisuels canadiens, d'une société indépendante à vocation commerciale dont la mission serait d'offrir aux entreprises canadiennes de production et de distribution des services et produits, financiers et autres, mieux adaptés à leurs besoins. »

« Nous réfléchissons par ailleurs à la possibilité de créer un bureau de promotion dont le mandat serait de mettre en valeur l'industrie canadienne et ses produits, tant à l'échelle nationale qu'internationale. Il faudra aussi mettre à contribution l'expérience des exploitants de salles et réexaminer le rôle que la télévision canadienne publique et privée doit assumer face à la production, à la diffusion et à la mise en marché des longs métrages d'ici. Ce rôle doit être plus important, comme nous l'avons clairement indiqué au cours des audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) sur l'avenir de la télévision canadienne. »

Créer un modèle canadien

Le véritable défi, selon François Macerola, est de créer un nouveau modèle canadien d'appui au long métrage. « S'il faut de nouvelles ressources, dit-il, il faut aussi être imaginatif et créer un modèle qui nous ressemble et qui soit efficace. Créer notre propre modèle, cela veut dire préserver la personnalité de notre cinéma, ce qui le rend unique. Cette personnalité doit atteindre son plein développement. Cela veut dire une cinématographie diversifiée, qui fait entendre les voix de cinéastes chevronnés et de la relève, et qui s'abreuve à des sources d'inspiration multiples. Tout me porte à croire qu'on pourra y arriver, parce qu'on l'a déjà fait avec succès du côté de la télévision et parce que

Macaron tout garni
Publision
Avec sa part de marché de
36,8 % et sa moyenne de coût
d'écoute de 180 000, cette
émission pour enfants de
6 à 8 ans se classe en tête
de sa catégorie





Ce rapport a tiré profit d'une centaine de mémoires et soumissions, de même que de consultations régionales. Il rappelle l'importance culturelle du cinéma canadien, ses nombreux succès ici et ailleurs, et le rôle économique du secteur de la production audiovisuelle, soit 30 000 emplois directs et une injection annuelle de 2,8 milliards de dollars dans l'économie canadienne. Il fait aussi état de l'environnement peu favorable dans lequel évolue notre cinéma et de la nécessité d'accroître les ressources pour la production et la promotion. Il fixe les objectifs suivants pour 2004 :

- une hausse du temps d'écran de 2 % à 10 % pour les films canadiens ;
- une hausse de la production annuelle de longs métrages canadiens ;
- une hausse de la part de recettes des films canadiens aux guichets ;
- une hausse de la qualité des films canadiens ;
- une hausse du budget moyen des films canadiens ;
- une hausse de l'appui du secteur public aux longs métrages canadiens ;
- une hausse de l'investissement privé dans les longs métrages canadiens ;
- une hausse de la portée et de la qualité des initiatives canadiennes en matière de distribution et de commercialisation.

Le comité recommande la création d'un nouveau fonds pour le financement de longs métrages et suggère que Téléfilm joue un rôle actif à cet égard en raison de « son réseau de bureaux au Canada et à l'étranger, et de son expérience du financement des longs métrages ». Le comité recommande aussi le remaniement du crédit d'impôt pour les services de production, un meilleur partenariat avec les institutions culturelles nationales, dont Radio-Canada/CBC et l'Office national du film du Canada, l'accroissement de la participation des radiodiffuseurs public et privés, le renforcement du secteur canadien de la distribution et la création de nouveaux outils pour stimuler les investissements privés, dont la création d'un fonds de capital de risque pour les petites et moyennes entreprises.

Appui de Téléfilm Canada au comité consultatif

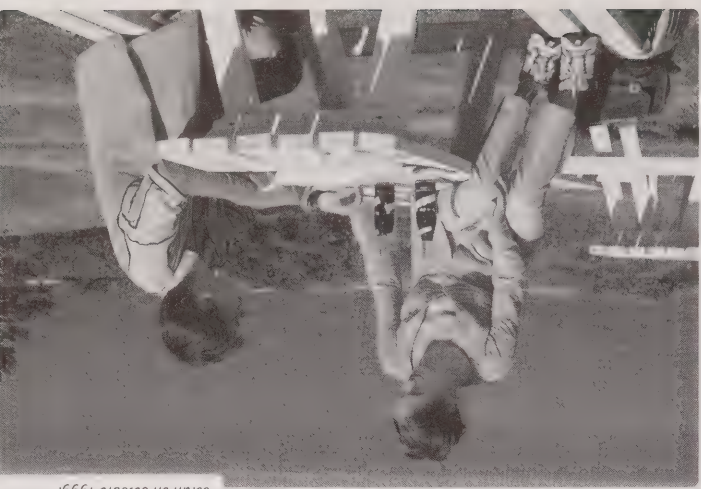
sur le long métrage
La Société demande l'injection de nouveaux fonds et propose la création d'une société à caractère commercial et d'un bureau de promotion de l'industrie du cinéma.

Un communiqué de presse émis par Téléfilm en mai 1999 faisait état de propositions de la Société dans le cadre de l'examen général de la politique cinématographique canadienne. « Téléfilm Canada entérine pleinement les conclusions du rapport du comité consultatif sur le long métrage quant à la nécessité d'augmenter les ressources disponibles, d'améliorer la production, la distribution et la promotion des longs métrages et, ce faisant, d'accroître leur temps d'écran et leurs auditoires, tout particulièrement au pays », affirme François Maceola, directeur général de la Société.

« Nous avons atteint des résultats phénoménaux du côté de la télévision, qui bénéficie d'investissements massifs et d'une réglementation favorisant la propriété et le contenu canadiens. Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision investissent actuellement quelque 35 millions de dollars par année dans la production de longs métrages, et Téléfilm soutient la distribution, le marketing et la promotion nationale et internationale des longs métrages pour une somme additionnelle d'environ 15 millions. Le long métrage a donc beaucoup moins de ressources financières que la télévision. Il faut rééquilibrer le soutien aux deux secteurs d'activité, d'autant plus que le cinéma, contrairement à la télévision, est laissé aux lois du marché, qui est extrêmement concurrentiel. Il faut que nous ayons les moyens de nos ambitions. »

Un appel à la ministre du Patrimoine canadien pour de nouveaux fonds en long métrage

« Téléfilm réitère son appui à l'industrie concernant la demande de 50 millions de dollars additionnels pour permettre à notre cinéma d'atteindre la masse critique nécessaire à son essor. Nous invitons Mme Coppins à répondre le plus rapidement possible à cette recommandation. Mme Coppins a nettement indiqué une



L'île de sable r. Johanne Prigent Ciné-Action inc. L'île de sable relate avec sensibilité et vivacité un épisode difficile de la vie d'une adolescente de 16 ans. À voir sur le grand écran en octobre 1999.

Le Dernier Souffle r. Richard Ciupka Les Films Vision 4 En plus d'avoir été bien reçu dans les marchés internationaux, Le Dernier Souffle, avec sa distribution éblouissante et son intrigue fascinante, a tenu l'écran de mars à la fin juin au Québec et a atteint un box-office de plus d'un demi-million de spectateurs.

POLITIQUES - TÉLÉVISION ET CINÉMA

One Heart Broken Into Song

r. Clement Virgo

Picture Plant Ltd.

Située dans la Nouvelle-Écosse

des années 30, cette diama-

tion de vie d'une petite ville

minière. One Heart Broken

into Song sera présenté en

Festival de l'Atlantique

Fonds canadien de télévision : une refonte qui favorise l'industrie, les télédiffuseurs et le public

Créé en 1996 par le ministère du Patrimoine canadien et l'industrie de la télévision par câble, le Fonds canadien

de télévision (FCT) est composé de deux programmes

complémentaires, le Programme de participation au

capital (PPC) administré par Téléfilm Canada et le

Programme de droits de diffusion (PDD) administré

par le FCT. Après deux années de collaboration, les

deux Programmes ont fait face, en avril 1998, à de

sérieuses difficultés administratives liées à une aug-

mentation considérable du volume des demandes

en production. Le conseil d'administration a pris rapi-

dement des mesures financières pour s'assurer que

les projets prioritaires puissent être portés à l'écran.

Les mois d'été et d'automne ont été consacrés en

bonne partie à une refonte des principes directeurs

du Fonds pour 1999-2000 et à un meilleur arrimage

des deux Programmes.

Les principes directeurs de 1999-2000 ont été

transmis à l'industrie en décembre 1998 et des ateliers

d'information ont été organisés dans une dizaine de

villes en janvier 1999. Le FCT a présenté un seul jeu

de politiques et les mêmes formulaires pour les deux

Programmes, indice d'une véritable harmonisation

du Fonds.

D'une façon générale, les nouveaux principes

directeurs du FCT favorisent une programmation forte-

ment canadienne et culturelle. Ils s'appuient pour la

première fois sur quatre exigences fondamentales con-

cernant le contenu canadien, soit l'historie racontée,

les équipes, la propriété des droits et les lieux du

tournage et de l'action. Ces exigences reflètent les

orientations traditionnelles de Téléfilm.

Les deux Programmes ont des buts communs :

appuyer en priorité les dramatiques diffusées aux

heures de grande écoute; maximiser leurs dollars avec

des droits de diffusion plus élevés et d'autres sources

de financement privé; et, aussi, faire en sorte que les

prises de décision financières conjoints correspon-

dent aux cycles de production de l'industrie.



de téléspectateurs.

personnelles, a attiré un million

fession comme leurs épreuves

tout, les dangers de leur pro-

de ces femmes qui partagent

Casene 24, de ces hommes et

Les Productions Sovimage

François Côté

r. Jean Bourdonnais,

Casene 24

Examen de la politique cinématographique

L'industrie prend la parole!

Les cinéastes canadiens ont bien d'autres his-

toires à raconter et ils ont le talent et l'expérience

pour créer des longs métrages que le monde

entier voudra voir. Il faut cependant procéder

à des changements majeurs si on veut qu'ils

puissent continuer à forger des récits qui envoieront

les auditoires du grand et du petit écran, chez nous et

ailleurs — comme ils le font depuis des décennies. »

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Rapport du comité consultatif sur le long métrage

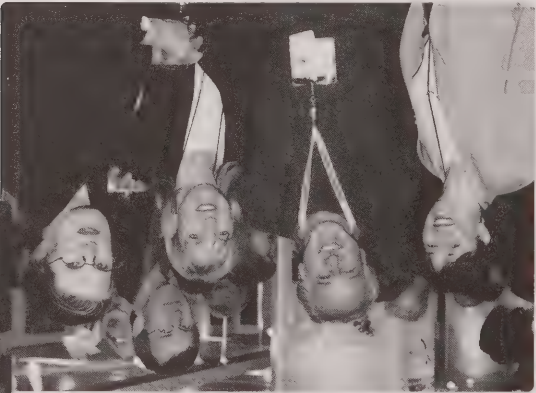
Rapport du comité consultatif sur le long métrage

Faits saillants



LANCÈMENT DU GUIDE SUR LA COPRODUCTION AU STAND DE TÉLÉFILM CANADA AU MIP-TV 1999, À CANNES

Micheline Raymond,
vice-présidente, acquisitions,
développement et distribution
chez Communications Claude
Héroux International,
François Macerola, Joanne
Forgues, vice-présidente
des Productions Prisma inc.,
Guy Crevier, président et
chef de la direction,
Motion International,
Louise Baillargeon, présidente-
directrice générale
de l'Association des
producteurs de films et de
télévision du Québec



W. Patterson Ferns,
président-directeur général
du Festival de télévision de
Banff et François Macerola

LE STAND DE TÉLÉFILM CANADA À L'ELECTRONIC ENTERTAINMENT EXPO (E3), À LOS ANGELES EN MAI 1999



Le stand ombrelle de
Téléfilm d'une superficie
de 2500 pieds carrés accueillait
18 compagnies canadiennes

Dorothea Bourret,
réceptionniste et Lise Corriveau,
agente, marchés internationaux,
le Téléfilm



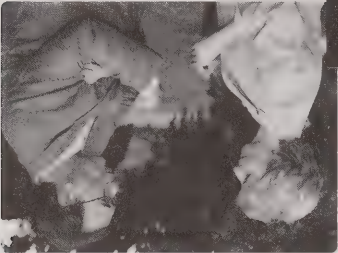
TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'ACADÉMIE CANADIENNE DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION, SOUS LA PRÉSIDENCE D'HONNEUR DE FRANÇOIS MACEROLA, LE 3 JUIN 1999



Laetitia Cyr, vice-présidente du
Conseil de Téléfilm, Francis Fox,
président, Québec et Est du
Canada, Rogers Cantel Inc.,
François Macerola



André Provencher,
président, TVA International



Andréeanne Bournival,
présidente, section Québec,
Académie canadienne du
cinéma et de la télévision,
André Larin, président et
directeur général, diver-
sissement et documentaire,
Motion International

**RÉVISION DE L'ACCORD
DE COOPÉRATION
AVEC L'ALLEMAGNE
LE 18 SEPTEMBRE 1998, À HALIFAX**



Josette Couture, directeur
adjoint, Coopération inter
canadienne, le Dr. Max Dehnert,
Ministère des Affaires
étrangères, Winchoff, Deborah
Winchoff, Bundessamt für
Medienvernetzung (München) et
Franz Mageroth, directeur
général de Téléfilm

**JOURNÉE SPÉCIALE CANADA
AU MIPCOM, À CANNES,
LE 6 OCTOBRE 1998**



L'honorable Jacques Roy,
ambassadeur du Canada en
France, François Mageroth,
directeur général de Téléfilm,
Laurier L. LaPierre, O.C.,
président du Conseil de
Téléfilm, et madame Roy

**PROJECTION DU FILM LE VIOLON ROUGE,
AU MUSÉE DE LA CIVILISATION À HULL,
LE 8 DÉCEMBRE 1998**



Laurier L. LaPierre, O.C.,
président du Conseil de
Téléfilm, l'honorable Marcel
Massé, président du Conseil du
trésor et ministre responsable
de l'infrastructure, madame
Aline Chretien et François
Girard, réalisateur du film



Elvira Sanchez de Malicki,
membre du Conseil de Téléfilm,
l'honorable Sheila Coppins,
ministre du Patrimoine
canadien, Deborah Driscoll,
directrice générale, et
François Mageroth, directeur
général de Téléfilm



pour Le Canada un pays
national, lors de la série de
conférences qui s'est tenue
au Palais des Festivals



Xavier Roy, président de
REED MIDEM Organisation,
l'honorable Catherine
Trautmann, ministre
de la Culture et de la
Communication en France,
Laurier L. LaPierre, O.C.



Monique Mercure,
comédienne,
Jeanine C. Beaubien,
membre du Conseil
de Téléfilm, Laetitia Cyn,
vice-présidente du Conseil
de Téléfilm et Dorothea
Berryman, comédienne

ENGAGEMENTS

ENGAGEMENTS
POUR DE
NOUVEAUX PROJETS
DES ANNÉES
PRÉCÉDENTES*
de dollars
En millions

TOTAL
de dollars
En millions

FCT - Programme de participation au capital

| | | | |
|---------------|-------|-----|-------|
| Production | 100,9 | 0,4 | 101,2 |
| Développement | 3,4 | 0,3 | 3,7 |
| Total | 104,3 | 0,6 | 104,9 |

Fonds de financement de longs métrages

| | | | |
|---------------|------|-----|------|
| Production | 18,8 | 0,2 | 19,0 |
| Développement | 1,3 | 0,4 | 1,7 |
| Total | 20,1 | 0,6 | 20,7 |

Programme de partage des revenus de production

| | | | |
|--|-----|------|-----|
| | 2,2 | -0,6 | 1,6 |
|--|-----|------|-----|

Fonds d'aide aux activités commerciales de production

| | | | |
|--|-----|------|------|
| | 0,0 | -0,1 | -0,1 |
|--|-----|------|------|

Fonds pour le multimédia

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| | 6,3 | 0,1 | 6,4 |
|--|-----|-----|-----|

Coproductions officielles (mini-traités)

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| | 1,5 | 0,1 | 1,6 |
|--|-----|-----|-----|

Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| | 2,2 | 0,0 | 2,2 |
|--|-----|-----|-----|

Fonds d'aide à la distribution de longs métrages

| | | | |
|--|------|-----|------|
| | 11,5 | 0,0 | 11,4 |
|--|------|-----|------|

Autres formes d'aide

| | | | |
|---|-----|------|-----|
| Fonds régulier - Production et développement | 0,4 | 0,0 | 0,4 |
| Marketing national | 0,9 | -0,1 | 0,8 |
| Marketing international | 0,7 | 0,0 | 0,7 |
| Participation aux marchés | 0,7 | 0,0 | 0,7 |
| Participation aux festivals étrangers | 0,5 | 0,0 | 0,5 |
| Subventions aux festivals canadiens | 1,4 | 0,5 | 1,9 |
| Développement industriel et professionnel | 0,7 | 0,4 | 1,1 |
| Développement professionnel - Ecoles de formation | 0,8 | 0,3 | 1,2 |
| Autres formes d'aide | 0,6 | 0,0 | 0,6 |
| Total | 6,7 | 1,2 | 7,9 |

Dépenses administratives

| | | | |
|-------|-------|-----|-------|
| | - | - | 15,8 |
| Total | 154,7 | 1,9 | 172,4 |

* Incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des années précédentes.

Note : Les résultats des additions ne correspondent pas exactement aux totaux parce que les chiffres ont été arrondis.

allocation parlementaire de Téléfilm Canada a diminué considérablement au cours des dix dernières années, à la suite des mesures du gouvernement fédéral pour assainir les finances publiques et réduire de manière significative le déficit national. Cependant, au cours des dernières années, une série d'accords de contribution signés avec le ministère du Patrimoine canadien a permis à Téléfilm d'augmenter progressivement son appui à l'industrie.

L'exercice 1998-1999, qui représentait la dernière année des compressions prévues à Téléfilm, a ainsi été une année record sur le plan des investissements. Les recettes sur les investissements de Téléfilm ont continué de diminuer, passant de 35 millions de dollars en 1997-1998 à 28,7 millions de dollars en 1998-1999. Ceci reflète la diminution des investissements au début et au milieu des années 1990 et l'abandon progressif du Fonds d'aide aux activités commerciales en production, dont le taux de récupération était particulièrement élevé.

En raison de la nature de l'industrie qu'elle appuie mais aussi des exigences du financement gouvernemental, Téléfilm fonctionne selon deux systèmes financiers distincts. L'un concerne les débours, c'est-à-dire les paiements qui sont prélevés à même le budget de la Société pour l'exercice en cours. L'autre tient compte des engagements de Téléfilm, c'est-à-dire des contrats signés entre la Société et les entreprises du secteur audiovisuel. Selon l'échéancier de production des projets, les débours liés aux engagements de Téléfilm peuvent s'étendre sur plus d'un exercice.

Débours 1998-1999 : 179,4 millions de dollars

Le budget de l'exercice 1998-1999 était de 199,3 millions de dollars. Le montant comprenait :

- une allocation parlementaire de 78,5 millions de dollars, soit une diminution de 2,6 millions de dollars par rapport à l'exercice précédent; une contribution du ministère du Patrimoine canadien de 64,3 millions de dollars, soit 57,2 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision; 5,8 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia; et 1,3 million de dollars destinés à quatre écoles de formation;
- des recettes sur ses investissements de 48,6 millions de dollars, soit les recettes de l'exercice, 28,7 millions de dollars, et des recettes des exercices précédents;
- des remboursements sur ses prêts s'élevant à 7,9 millions de dollars.

Les débours de Téléfilm se sont élevés à 179,4 millions de dollars, dont 146,1 millions de dollars étaient liés à des engagements de l'exercice et 33,3 millions de dollars à des engagements des exercices précédents.

La portion non utilisée du budget de 1998-1999, soit 19,9 millions de dollars, a été reportée au budget de 1999-2000. Cette somme est composée de crédits de l'ancien Fonds de financement intermédiaire de la Société, qui ont été réservés pour des initiatives qui

concerneront les petites et moyennes entreprises, d'une partie des revenus encaissés à la fin de l'exercice financier, et de sommes non engagées dans divers programmes.

Engagements de 172,4 millions de dollars

En 1998-1999, les engagements de Téléfilm, c'est-à-dire les contrats signés au cours de l'exercice, y compris les dépenses administratives afférentes, ont été de 172,4 millions de dollars, soit une augmentation de 4,3 % par rapport à l'exercice précédent. Cette augmentation est principalement liée à la création de Fonds pour le multimédia, qui a permis à Téléfilm d'injecter 5,8 millions de dollars de plus dans cette industrie.

De ces engagements, 134 millions de dollars ont été alloués à la production et au développement d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias canadiens, tandis que 22,6 millions de dollars ont été consacrés à des activités de distribution, de doublage, de marketing national et international et de promotion de l'industrie. Les dépenses administratives liées à ces engagements ont par ailleurs été de 15,8 millions de dollars.

Dépenses administratives

Les dépenses administratives représentent 9,1 % des engagements, comparativement à 8,7 % l'année précédente. Cette légère augmentation est due à la création de nouveaux outils de mesure comme les indicateurs de rendement et le programme d'analyse des coûts par activité, de même qu'à la refonte du Fonds canadien de télévision. L'échéancier extrême-ment serré du dépôt et de l'analyse des demandes au FCT pour 1999-2000 a nécessité l'embauche d'employés temporaires de janvier à mars 1999. Téléfilm a également fait en sorte que ses systèmes d'information et ses systèmes technologiques puissent relever le défi du passage à l'an 2000. Pour les mêmes raisons, les dépenses administratives liées aux débours ont augmenté cette année, représentant 8,8 % des débours totaux de l'exercice, comparativement à 7,8 % en 1997-1998. À l'occasion de la préparation de son budget 1999-2000, Téléfilm s'est fixé comme objectif de maintenir ses dépenses administratives à moins de 9 % de ses engagements.

N.B.

Les tableaux des Fonds et Programmes présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm pour l'exercice, c'est-à-dire aux contrats signés par la Société. Pour faciliter la lecture, les nombres ont été arrondis. Cependant, les totaux tiennent compte des nombres complets.

Bill House,
directeur – opérations, Ontario
L'industrie de l'Ontario
continue d'innover et
d'impressionner avec une
grande variété de projets
dans les secteurs de la
télévision, du cinéma et du multi-
média. La série dramatique *Power*
Play a été bien accueillie à CTV et sera diffusée sur le
réseau UPN aux États-Unis. *Traders* (Global) a conservé
son fidèle auditoire et a de nouveau récolté plusieurs
prix Gemini. Le documentaire controversé de Sunny Yi,
Thai Girls, a été présenté dans la prestigieuse série
Witness de CBC. Quant à la série sur l'aviation
Flightpath, elle a capté l'intérêt d'un vaste public sur
le réseau Discovery et a été vendue aux États-Unis et
en Allemagne. Deux séries pour enfants ont fait leurs
début à YTV, *Panda Bear Daycare* et *Ruffus the Dog*.
Le bureau de Toronto a financé sept longs métrages,
dont *The Five Senses* de Jeremy Podeswa, qui a été
acclamé à la Quinzaine des réalisateurs, à Cannes.
Signalons aussi le lancement des films *Last Night*
de Don McKellar, *Existenz* de David Cronenberg,
gagnant d'un Ours d'argent à Berlin, et *Le Violon*
Rouge de François Girard, acclamé par la critique
internationale et qui connaît un grand succès en
salles. Nous avons accueilli de nouveaux clients en
multimédia, avec des projets qui ont suscité beaucoup
d'enthousiasme. Dans tous les domaines, nous avons
accordé la priorité à des projets de qualité supérieure,
créés par des sociétés de toutes tailles. Certains de ces
projets étaient en français et en langue autochtone.
Du côté de l'industrie, nous avons appuyé des initia-
tives visant à améliorer l'expertise en production et
la connaissance du marché, comme le projet *Master*
Class du festival Hot Docs. La fusion d'Alliance et
d'Atlantis témoigne avec éloquence de la consolidation
et du succès de l'industrie. Nos priorités pour
1999-2000 : appuyer des productions solides et
de grande qualité, susceptibles de plaire au public,
favoriser les occasions d'affaires sur le marché inter-
national, répondre aux besoins des nouveaux joueurs
du secteur multimédia, et trouver des façons d'appuyer
la croissance et la stabilité des PME. »



Elizabeth Friesen,
directrice – opérations,
région de l'Ouest
Les entreprises de produc-
tion de l'Ouest du pays ont
continué de se développer
et de diversifier leur acti-
vités de façon à relever
les défis du marché international,
tant en ce qui concerne le film et la télévision que les
nouveaux médias. À la télévision, nous avons appuyé
une grande diversité de projets, dont *Cold Squad*
et *Da Vinci's Inquest*, regardé par une moyenne de
812 000 spectateurs, même que *Champions of the*
Wild et *A Place Called Chiapas*, lauréats de plusieurs
prix. Onze cinéastes ont réalisé un premier film grâce
aux programmes *Kick Start* et *Drama Prize*; six longs
métrages ont été produits, dont *Rollercoaster* de Scott
Smith; *Better Than Chocolate* d'AAnne Wheeler a été
présenté dans la section Panorama à Berlin et a obtenu
le prix spécial du Jury œcuménique. L'Ouest s'est aussi
illustré avec 22 projets multimédias. *Glenn Gould*:
The New Listener a remporté le prix Emma international
(art et culture) tandis que *Einstein's Dreams* a été
sélectionné comme *Hot Site* par *USA Today*. Notre
association récente avec le Banff Multimedia Centre
va stimuler la production et la coproduction multi-
médias. Par ailleurs, l'Ouest est un leader pour la
production autochtone, avec des œuvres comme
Stories from the Seventh Fire. Deux nouvelles entre-
prises ont eu accès au Fonds d'aide à la distri-
bution de longs métrages, et nous avons facilité
la participation d'entreprises des quatre provinces
à des festivals et marchés internationaux, ce qui
encourage la coproduction. Nous sommes fiers
des résultats du programme *Initiative Asie-Pacifique*,
qui ouvre de nouveaux partenariats et débouchés
à toute l'industrie canadienne. Nous appuyons
aussi une douzaine de festivals et d'événements,
ainsi que des forums favorisant le développement
professionnel dans tous les genres de production.
Nous allons continuer de consacrer beaucoup
d'énergie à l'essor de l'industrie et particulièrement
à celui des PME. »

Bill House,
directeur – opérations, Ontario
L'industrie de l'Ontario
continue d'innover et
d'impressionner avec une
grande variété de projets
dans les secteurs de la
télévision, du cinéma et du multi-
média. La série dramatique *Power*
Play a été bien accueillie à CTV et sera diffusée sur le
réseau UPN aux États-Unis. *Traders* (Global) a conservé
son fidèle auditoire et a de nouveau récolté plusieurs
prix Gemini. Le documentaire controversé de Sunny Yi,
Thai Girls, a été présenté dans la prestigieuse série
Witness de CBC. Quant à la série sur l'aviation
Flightpath, elle a capté l'intérêt d'un vaste public sur
le réseau Discovery et a été vendue aux États-Unis et
en Allemagne. Deux séries pour enfants ont fait leurs
début à YTV, *Panda Bear Daycare* et *Ruffus the Dog*.
Le bureau de Toronto a financé sept longs métrages,
dont *The Five Senses* de Jeremy Podeswa, qui a été
acclamé à la Quinzaine des réalisateurs, à Cannes.
Signalons aussi le lancement des films *Last Night*
de Don McKellar, *Existenz* de David Cronenberg,
gagnant d'un Ours d'argent à Berlin, et *Le Violon*
Rouge de François Girard, acclamé par la critique
internationale et qui connaît un grand succès en
salles. Nous avons accueilli de nouveaux clients en
multimédia, avec des projets qui ont suscité beaucoup
d'enthousiasme. Dans tous les domaines, nous avons
accordé la priorité à des projets de qualité supérieure,
créés par des sociétés de toutes tailles. Certains de ces
projets étaient en français et en langue autochtone.
Du côté de l'industrie, nous avons appuyé des initia-
tives visant à améliorer l'expertise en production et
la connaissance du marché, comme le projet *Master*
Class du festival Hot Docs. La fusion d'Alliance et
d'Atlantis témoigne avec éloquence de la consolidation
et du succès de l'industrie. Nos priorités pour
1999-2000 : appuyer des productions solides et
de grande qualité, susceptibles de plaire au public,
favoriser les occasions d'affaires sur le marché inter-
national, répondre aux besoins des nouveaux joueurs
du secteur multimédia, et trouver des façons d'appuyer
la croissance et la stabilité des PME. »



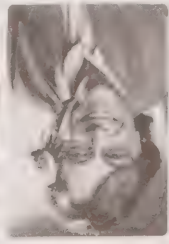
directrice — opérations, Québec

Jolïe Leïe,
de l'industrie québécoise
a démontré, une fois
de plus, son profession-
nalisme et sa maturité.
Le volume des demandes
déposées à Téléfilm, le nombre
de succès en salles et à la télé-



Ralph Holt,
directeur — opérations,
région de l'Atlantique

L'essor continu du Festival
du film de l'Atlantique et
la création de l'Atlantic
Digital Media Festival
illustrent le potentiel
de notre région. Dans un monde
où la compétition pour trouver des sources de finan-



vision sont des preuves de sa vitalité et de sa créativité. Dans le Fonds canadien de télévision, les dramatiques, toujours aussi bien accueillies par le public, demeurent une priorité. On a pu voir et apprécier des séries comme *Omerô, Réseaux* et *Juliette Pommeau*, et des téléromans comme *Casem 24*, *Diva* et *Km/h*. En pleine effervescence, le secteur du documentaire offre des portraits de société comme *Riopelle sans titre* 1999, *collage* et *Des marottes et des petites filles*, et touche des sujets d'actualité internationale comme *Visionnaires* et *Le Temps des barbares*. L'engouement du jeune public pour des séries comme *Macaroni tout garni*, *Cornemuse*, *Bibi et Zoé*, *Lapôisse* et *Jobard* témoigne de la qualité de nos créateurs dans ce domaine. Le cinéma d'ici commence à trouver sa place sur les écrans. Des films comme *Les Boys II* et *C't'è ton tour*, *Laura Cadieux* ont confirmé que la réussite n'est pas uniquement réservée à la concurrence étrangère. Dans le domaine du multi-média, les producteurs ont su tirer profit du nouveau Fonds et faire connaître des produits comme *Mia : un périlleux périple pour sauver Mamie Mimì*, *Zach et la Cité sacrée* et *Insecta/Le Jeu*. Quelques-uns des défis du prochain exercice : établir une collaboration encore plus étroite avec l'industrie, développer de nouveaux partenariats financiers et stratégiques, continuer d'adapter nos politiques à l'évolution du marché national et international, appuyer la relève, répondre aux besoins de perfectionnement de l'industrie et améliorer la mise en marché des produits québécois ici et à l'étranger. »

où la compétition pour trouver des sources de finan-
cement est de plus en plus serrée, les producteurs
des quatre provinces ont réussi à créer un large
éventail de projets avec l'appui du Programme
de participation au capital du FCT et un grand nombre
de radiodiffuseurs. *Emily of New Moon* et *The Divine
Rvans, Foodservice* et *Passport musical*, la coproduc-
tion *Misery Harbour*, la première série d'animation pour
enfants, *The True Meaning of Crumbyfest*, provenant
de l'Île-du-Prince-Édouard, et le cédérom *A Trip to Time
with Inspector McTree* démontrent le savoir-faire Atlan-
tique. *Beefcake*, du créateur de *The Hanging Garden*,
a été présentée avec succès au festival de Sundance.
Nous sommes heureux de l'essor continu de la pro-
duction française en Acadie, et notamment de la
création du long métrage *Full Blast*. Les produits
dérivés de *Theodore Tugboat* sont une source de
revenus significative pour la Société, qui en a été
le principal investisseur pendant ses cinq ans de
production. Nous avons travaillé avec l'Okakakiget
Society of Nain, au Labrador, pour le développement
d'un premier projet autochtone dans notre région,
Hebron Relocation. Des organismes de financement
ont été créés au Nouveau-Brunswick et à Terre-Neuve,
et nous travaillons maintenant avec des représentants
des quatre provinces pour assurer l'essor de l'industrie
et lui offrir de meilleurs services. Revoir l'aide au multi-
média, sous-utilisée ici, continuer de soutenir la relève,
appuyer le développement de projets, faciliter la mise
en marché des produits, renforcer nos communica-
tions avec l'industrie et développer nos partenariats
canadiens et internationaux font partie de nos
priorités pour la prochaine année. »

Guy DePentigny, directeur – politiques, planification et recherches

Le processus de consultation avec l'industrie est permanent. C'est vrai tant en ce qui a trait à nos fonds et programmes qu'au plan d'affaires de la Société. Nous siégeons au conseil d'administration du FCT et nous sommes partie prenante des décisions et de la planification. Nous avons participé à l'examen des politiques cinématographiques de la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Sheila Copps, et nous siégeons au comité consultatif du Fonds pour le multimédia. Tout cela est un gage de vrai partenariat. Par ailleurs, Téléfilm est de tous les forums qui intéressent l'industrie, qu'il s'agisse des audiences du CRTC, du comité permanent de la culture et des communications ou d'autres tribunes nationales et internationales. Cela assure une vision claire de l'évolution des marchés et permet de mettre en place de bons outils de changement. »



John Pelletier, conseiller juridique général et secrétaire du conseil d'administration

Au cours du dernier exercice, Téléfilm Canada a mis à jour et rationalisé ses pratiques en matière de gestion d'entreprise. Ainsi, à l'avenir, les membres du conseil d'administration ont aussi adopté les résultats d'un certain nombre d'indicateurs de rendement. Les membres du conseil ont aussi adopté un nouveau règlement administratif d'entreprise qui modernise les règles de pratique et de procédure du conseil d'administration de la Société. L'amélioration constante de ces règles fait partie des objectifs de la Société au cours des prochaines années. En plus de son rôle de conseiller juridique, de secrétaire du conseil d'administration et d'arbitre des conflits d'intérêt internes, le service assume la responsabilité de traiter les demandes relatives à la Loi sur l'accès à l'information. Par ailleurs, l'utilisation croissante d'Internet, par les clients de la Société mais aussi par le personnel, nécessitera l'adoption de principes directeurs et des pratiques à jour afin de régir l'utilisation de ce moyen de communication instantané. Ces règlements prévoiront probablement un code de conduite relatif à Internet, à usage interne et de portée plus générale également, qui s'adressera aux employés de Téléfilm Canada. »



Suzan Ayscough, directrice – communications et affaires publiques

L'avenir de l'industrie du film, de la télévision et du multimédia passe par la reconnaissance de son poids culturel et économique. Téléfilm s'est résolument engagée dans la troisième voie des communications, Internet, mais nous misons toujours sur l'imprimé. Nous avons publié de nouveaux documents pour répondre aux besoins de nos clients et refléter l'augmentation du volume de production. Le Guide sur la coproduction et les catalogues sur les produits multimédias et les documentaires sont très populaires. Nous avons organisé plus d'événements – souvent avec le secteur privé, pour mettre les talents canadiens en valeur. Nous avons transféré l'administration des festivals internationaux à la direction des relations internationales, qui s'en trouve consolidée, et celle du programme Le Canada à l'affiche à la direction des opérations, mais nous continuons de travailler avec ces secteurs pour que les produits canadiens aient une plus grande visibilité, ici et à l'étranger. Et nous contribuons à la réalisation de l'objectif de décentralisation de la Société en travaillant davantage avec les bureaux, notamment à l'élaboration de plans de communication qui répondent aux besoins de leurs clientèles. »



Stella Riggi, directrice – ressources humaines



Je suis entrée en fonction à Téléfilm à la fin mai 1999, après avoir travaillé pendant onze ans pour une firme nationale de services professionnels. Pour faciliter l'essor de l'industrie canadienne en cette ère de mondialisation des marchés, Téléfilm met de plus en plus sur le savoir et la performance. En travaillant de près avec tous les bureaux de la Société, je compte donc me consacrer à la création d'un environnement propice au développement personnel et professionnel des employés. Les politiques qui seront mises en œuvre par le service des ressources humaines encourageront notamment la formation, la polyvalence et l'esprit d'équipe. De plus, nous soutiendrons les employés de chacun des bureaux dans leurs efforts pour améliorer sans cesse la qualité des relations avec leurs clients. Tout cela permettra à notre service de contribuer à la réalisation des objectifs de la Société définis dans le plan quinquennal. »

Peter Katadotis, directeur
—opérations canadiennes

Cet exercice financier a été l'un des plus exigeants et des plus fructueux que nous ayons connus.



Nos équipes de Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax ont mis en œuvre des plans d'affaires régionaux définis à partir des objectifs de la Société et des besoins spécifiques de leurs clientèles. Elles ont participé à la mise en place des politiques du nouveau Fonds pour le multimédia et à la refonte des principes directeurs du Fonds canadien de télévision, qui sont des outils de développement précieux pour l'industrie. Nos équipes régionales ont aussi contribué à la réflexion nationale sur le dossier prioritaire du long métrage et à la définition de nouvelles politiques concernant les petites et moyennes entreprises.

En production, développement, doublage et marketing, nous avons signé avec l'industrie des contrats de plus de 155 millions de dollars. Avec nos partenaires financiers canadiens et étrangers, nous avons fait en sorte que l'industrie puisse offrir au public un plus grand nombre de produits canadiens de qualité, tant sur les écrans que dans les nouveaux médias. »

Danny Chailifou, directeur
—finances et administration

Téléfilm Canada entend faire preuve de transparence. Du plan d'affaires au processus de budgétisation et aux indicateurs



de rendement, nous visons une imputabilité accrue à l'égard du gouvernement, de l'industrie et des citoyens canadiens. Dans un contexte financier toujours difficile, la rationalisation de nos dépenses continue aussi d'être à l'ordre du jour. Nous sommes en train de relever d'autres défis administratifs et financiers : augmenter nos revenus pour investir davantage dans l'industrie, réviser certains de nos outils financiers pour mieux répondre aux besoins des entreprises, maintenir nos frais petites et moyennes entreprises, maintenir nos frais administratifs sous la barre des 9 % et continuer de moderniser notre système de gestion. »

Deborah Drisdell, directrice
—relations internationales

Les entreprises canadiennes travaillent de plus en plus dans une perspective internationale et tirent profit de notre expertise dans ce domaine.



Par l'entremise de notre direction, qui inclut maintenant le bureau des festivals internationaux, Téléfilm facilite le rayonnement des produits canadiens et encourage les partenariats internationaux, en appuyant tout particulièrement les PME. La coopération s'impose maintenant comme un excellent levier financier et donne des produits de qualité, acclamés dans le monde entier. Cette année, en partie à cause des dates de dépôt des projets au FCT, nous avons accredité un nombre record de projets de coproduction représentant des devis de plus de 850 millions de dollars, comparativement à 250 millions de dollars il y a trois ans. En tenant compte de notre mandat face au développement international des petites et moyennes entreprises, nos principaux défis sont maintenant les suivants : renforcer le positionnement stratégique de notre industrie en Europe, faciliter la percée de nouveaux marchés, notamment ceux de l'Asie et des pays hispaniques, et offrir un appui ciblé au secteur du multimédia. »

La formation : un défi de la prochaine décennie

Le dossier de la formation est l'un de nos plus importants défis. Il faut permettre à la relève et aux professionnels canadiens d'acquérir les connaissances dont ils ont besoin pour se positionner favorablement dans un environnement mondial qui évolue à toute vitesse. Voilà pourquoi Téléfilm s'associe avec enthousiasme aux principales écoles de formation du pays et appuie un grand nombre de forums et de sessions de perfectionnement. Un programme expérimental avec le service — médias et arts visuels du Banff Centre for the Arts nous offre aussi l'occasion d'investir dans le développement multimédia à haut risque et de bénéficier d'un vaste réseau international de relations et de ressources dans ce domaine.

Un travail d'équipe

En terminant, je voudrais remercier toute l'équipe de Téléfilm pour son travail extraordinaire en cette année incroyablement exigeante sur le plan des programmes et de l'administration. Un merci tout particulier à Peter Katadotis et à son équipe, qui ont notamment mené à bien l'important dossier du Fonds canadien de télévision. Dans toutes nos remises en question et initiatives, nous avons bénéficié de l'appui généreux et éclairé du président de Téléfilm, Laurier L. LaPierre, O.C., et de l'ensemble du conseil d'administration. Nous leur en sommes très reconnaissants.

À l'industrie du film, de la télévision et du multimédia, j'offre mes plus sincères félicitations pour tous les progrès accomplis et pour tous les succès remportés en 1998-1999.

François Macerola

Nous avons implanté un système de gestion des risques qui nous permet de traiter plus rapidement un grand nombre de dossiers. Un système de gestion des coûts par activité nous permettra de continuer à rationaliser nos interventions, puisque nous visons toujours à maintenir nos dépenses administratives à moins de 9 % de nos engagements.

Les indicateurs de rendement sont completementaires de notre plan d'affaires 1997-2000 et du plan quinquennal que nous allons publier bientôt. Nous avons retenu 23 indicateurs qui nous permettront de mesurer l'atteinte des objectifs de la Société et de prendre des décisions éclairées. Étant donné les coûts d'implantation de ces indicateurs et la somme considérable de travail à laquelle font déjà face les employés de la Société, nous avons convenu qu'ils seront mis en place sur quatre exercices, incluant 1998-1999.

Nous visons une augmentation de nos revenus, afin que l'industrie puisse bénéficier de ressources additionnelles dans des secteurs jugés prioritaires. Nous allons aussi revoir certains outils financiers comme le Programme de cautionnement de prêts, et nous allons repenser notre appui au doublage et au sous-titrage. De plus, comme nous l'avons promis, nous allons continuer d'explorer les moyens financiers au sein du système.

Impossible de parler d'avenir sans aborder la question du tournant informatique de l'an 2000. Téléfilm a été exemplaire à cet égard, et son plan d'urgence pour l'an 2000, qui tient compte de la nécessité d'émettre des chèques, de signer des ententes contractuelles et d'assurer le suivi budgétaire de ses activités, a été maintes fois cité en exemple par les autorités gouvernementales concernées. Une autre démonstration du très grand professionnalisme de notre équipe et de sa volonté de bien servir l'industrie.

tagéons la volonté du comité de voir le gouvernement agir rapidement et efficacement en faveur de cette industrie. De plus, nous avons revu nos politiques d'investissements en production et en distribution pour mieux affirmer nos programmes à la qualité des projets, et assurer une mise en marché plus dynamique.

Soutien aux PME : des actions concrètes

Au Festival de télévision de Banff 1999, nous avons annoncé plusieurs initiatives pour accroître le soutien aux petites et moyennes entreprises de toutes les régions

du pays, en télévision et en long métrage. Les sommes pour le développement et le marketing international,

de même que le Programme de partage des revenus de production, sont désormais réservées exclusivement aux PME. Les frais de participation des PME aux stands de Téléfilm ont aussi été réduits pour certains marchés, et d'autres mesures seront mises

en place bientôt. »

Nous avons travaillé en collaboration étroite avec les associations professionnelles de l'industrie, des producteurs, des distributeurs, des réalisateurs, des scénaristes et des techniciens, qui ont fait preuve d'un enthousiasme et d'une volonté de réussir contagieux.

Nous publierons bientôt la position officielle de Téléfilm Canada sur le cinéma, qui s'intitule « Investir dans la culture – Pistes de réflexion pour une politique du long métrage canadien ». Nous souhaitons que ce document incite à une mise en commun de toutes les énergies du milieu.

Le multimédia : un appui déterminant à l'essor d'une industrie très prometteuse

La création du Fonds pour le multimédia au Festival de télévision de Banff 1998 a été une fort bonne nouvelle pour l'industrie des nouveaux médias. Ce fonds prenait le relais d'un programme expérimental administré par Téléfilm. Nous avons rapidement défini les principes directeurs du Fonds, établi une infrastructure administrative minimale et créé un comité consultatif qui nous aide à développer et à actualiser nos politiques. Ce fonds nous a permis de financer la production, le développement et le marketing d'un nombre record de projets, ce qui démontre qu'il répondait à un besoin immense.

Après plus d'un an d'activité, nous devons maintenant consolider le Fonds. Il nous faut revoir, entre autres, les outils financiers qui étaient privilégiés jusqu'ici. Les prêts remboursables encouragent les requérants à présenter des projets forts et à diversifier leurs partenariats financiers. Nos clients, et tout particulièrement les petites et les moyennes entreprises, nous exhortent toutefois à prendre plus de risques, comme nous l'avons fait pour la télévision et le cinéma, arguant que l'industrie du multimédia du Patrimoine canadien a donné son accord à une révision des outils financiers du Fonds, qui sera terminée d'ici quelques mois. Le comité consultatif sur le multimédia joue un rôle très actif dans ce processus.

Administration : une nette amélioration de nos services à l'industrie

Le visage de notre administration s'est transformé. Plusieurs secteurs d'activité ont été consolidés, entre autres en production et en distribution. Nous avons aussi solidifié nos activités internationales et nos activités de communication, de façon à pouvoir l'industrie des meilleurs outils de développement et de promotion possibles. Ainsi, les festivals internationaux ont été intégrés à la direction des relations internationales et les festivals canadiens, à la direction des opérations canadiennes. Tous les secteurs et bureaux de Téléfilm travaillent en interrelation étroite, et cette synergie se traduit par une expertise unique et par une efficacité accrue.

Pour Téléfilm Canada et pour l'industrie audio-visuelle canadienne, l'exercice financier qui vient de se terminer a été une année charnière. Nous avons raffiné les politiques concernant la télévision, révisé celles du long métrage et jeté les bases nécessaires au développement d'une industrie du multimédia solide. En conformité avec notre mandat, nous nous sommes constamment préoccupés de la perspective régionale tout autant que de la percée internationale des entreprises canadiennes. Grâce au Plan d'affaires 1997-2000 de la Société, Vers le nouveau millénaire, toute l'équipe de Téléfilm a mis le cap sur les mêmes objectifs, que je pourrais résumer ainsi : faire en sorte que Téléfilm soit un outil de développement de plus en plus performant et s'assurer que l'industrie canadienne aborde le XXI^e siècle avec confiance et optimisme. De fait, les résultats de l'exercice sont extrêmement encourageants. Vous en trouverez maintes preuves dans ce rapport annuel qui est le dernier du siècle.

Partenariat avec l'industrie :
Des tables de concertation fructueuses
Au cours des dernières années, nous avons consolidé notre partenariat avec l'industrie, notamment en étant davantage à l'écoute des professionnels de chaque région. Nous avons décentralisé nos opérations pour que chaque bureau puisse offrir un ensemble de services pertinents à sa clientèle. Des plans d'affaires régionaux ont été définis et sont en bonne voie de réalisation. Les tables de concertation régionales que nous organisons avec l'industrie sont très utiles à cet effet. Nous répéterons cette expérience au cours du prochain exercice. »

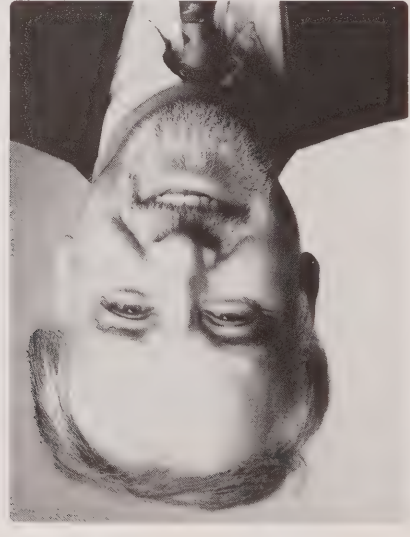
Repositionnement du Fonds canadien de télévision : mission accomplie
En avril 1998, des demandes de financement exceptionnellement élevées ont créé de sérieux problèmes administratifs au Fonds canadien de télévision. Ses administrateurs, dont Téléfilm Canada, ont uni leurs énergies pour assurer un meilleur fonctionnement du Fonds. Avec l'appui du nouveau président du CFT, Richard Stursberg, nous nous sommes mis à l'œuvre avec un seul objectif en tête : redonner au Fonds ses lettres de noblesse. Nous avons révisé les critères d'admissibilité des projets en harmonisant les règles du jeu des deux Programmes complémentaires, soit le Programme de participation au capital, géré par Téléfilm, et le Programme de droits de diffusion, qui relève du CFT. Le tout s'est traduit par un rapprochement administratif des deux Programmes. Nous pouvons écrire aujourd'hui : mission accomplie. Bien sûr, il reste encore quelques angles à arrondir, quelques aspects à polir, mais nous ne sommes pas loin d'une véritable histoire à succès. Tout cela est de bon augure pour le renouvellement du Fonds en l'an 2001.

La relation de Téléfilm Canada avec le CFT a changé plusieurs de nos façons d'agir. Nous avons

perdu une certaine flexibilité, mais nous avons gagné en transparence et en efficacité. Cet exercice a été extrêmement exigeant pour les employés de Téléfilm. Le nombre de dossiers à traiter a considérablement augmenté et le rythme de prestation des services s'est accéléré. De plus, nous avons appris à travailler dans la sérénité avec deux conseils d'administration, celui de Téléfilm et celui du CFT. Nous avons continué d'insister sur la réalisation de notre mandat comme investisseur culturel – nous avons des objectifs régionaux, une volonté de développer industriellement des initiatives concernant la récupération de nos investissements, et une vision internationale – tout en nous inscrivant dans un nouvel ensemble culturel unique sur le financement de produits culturels. La bonne foi, la volonté de collaboration et le professionnalisme de Téléfilm Canada ont été reconnus.

Cinéma : des ambitions qui exigent de nouvelles initiatives

Le dossier du cinéma est devenu prioritaire grâce à la volonté de la ministre du Patrimoine canadien, l'honorable Sheila Copps, de mettre en valeur ce mode d'expression unique de notre culture. À Téléfilm Canada, nous avons toujours placé l'essor du cinéma canadien en tête de notre liste de priorités. Déjà, en janvier 1996, j'exprimais mes inquiétudes par rapport au long métrage. Dans une lettre ouverte au quotidien *La Presse*, je décrivais ce dossier comme une bataille difficile, à forces inégales, et j'affirmais la nécessité d'un financement stable et adéquat pour notre cinéma. Je continue de penser, comme je l'écrivais alors, que « la condition première pour que notre cinéma s'impose demeure la production régulière et continue d'œuvres fortes et originales qui nous ressemblent, sont profondément ancrées dans notre réalité et transcendent l'anecdote pour atteindre l'universel ». Cette année, nous avons participé aux réunions du comité consultatif sur le long métrage. Nous par-



François Macerola

Bluma Appel
(Toronto)
J'ai fait partie d'une quarantaine de conseils d'administration et je peux affirmer sans l'ombre d'un doute qu'aucun n'est meilleur que celui de Téléfilm Canada. Je m'intéresse à l'essor de l'industrie depuis les années 1970 et, franchement, je ressens la fierté d'une mère chaque fois que je vois une des productions que nous avons appuyées. Cependant, l'industrie canadienne doit prospérer davantage et faire preuve de renouveau, il faut encourager tous ces jeunes talents pour qu'ils deviennent une véritable force du marché. En terminant, je voudrais saluer le président du conseil d'administration, Laurier L. LaPierre, dont la vaste expérience dans le champ de la radiodiffusion est un atout inestimable pour notre Société. »



Jeanine C. Beaubien
(Montréal)
Toute ma carrière a été consacrée à la culture. Comme administratrice et fermement de théâtre, je me suis toujours préoccupée d'offrir des œuvres de qualité, qui ouvrent de nouveaux horizons au public. C'est ce que je retrouve à Téléfilm. Il faut faciliter la création de produits originaux, qui rejoignent un grand public. Les auditoires francophones et anglophones doivent avoir accès aux œuvres dans les deux langues officielles, dans toutes les régions du pays. Je m'intéresse tout particulièrement aux jeunes auditoires. Nous devons continuer de leur offrir des films, des émissions de télévision et des produits multimédias qui stimulent leur créativité, leur goût d'apprendre et de se dépasser. »



Ronald S. Bremner
(Calgary)
En tant que membre du conseil d'administration de Téléfilm Canada, je souhaite contribuer, au meilleur de mes capacités, au développement et à la promotion d'une industrie canadienne du long métrage, de la télévision et du multimédia de calibre international. Il est essentiel qu'une telle entreprise se fonde sur des projets de grande qualité, qui reflètent les différences culturelles et régionales du Canada. De plus, il me semble impératif que l'essor d'une telle industrie soit basée sur des principes solides et des pratiques équitables qui tiennent compte de nos responsabilités financières et d'un climat concurrentiel. »



Laetitia Cyr
(Moncton)
Je suis Acadienne et j'ai longtemps travaillé dans le milieu de la radiodiffusion. Je suis très heureuse de faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada et d'y apporter cette expérience, tout en faisant valoir les besoins des communautés francophones hors Québec. J'aimerais contribuer à une meilleure distribution et mise en marché des longs métrages en dehors du Québec pour que le public y ait davantage accès. De plus, il est évident que l'essor de la production atlantique me tient tout particulièrement à cœur. La promotion des talents atlantiques fait partie de mes priorités. »



Elvira Sánchez de Malicki
(Étobicoke)
Faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada est un défi stimulant et un privilège. Je suis très heureuse de travailler avec une équipe dynamique et éclairée, qui fait preuve d'ouverture d'esprit et d'enthousiasme, et qui a véritablement à cœur les intérêts de l'industrie. Je connais bien les groupes multiculturels canadiens – mon travail est aussi une passion – et j'apporte cette perspective au conseil. Je dois dire que j'ai reçu un appui formidable du conseil et de l'équipe de direction de Téléfilm pour faire en sorte que nos écrans reflètent de façon plus équitable la réalité démographique canadienne. Je veux relever d'autres défis, dont la création de productions dans une troisième langue. Je suis heureuse qu'un comité de travail ait été formé pour étudier cette question. »



Sandra Macdonald
(Montréal)
En tant que commissaire du gouvernement à la cinématographie, je suis membre d'office du conseil d'administration de Téléfilm Canada, de la même façon que le directeur général de l'Office national du film du Canada. Cette réciprocité contribue à faire en sorte que l'appui du gouvernement canadien à la production, que ce soit par des producteurs publics ou privés, tienne compte des diverses réalités de l'environnement canadien de la production et de la distribution. »



Cap sur la diversité culturelle

Au seuil du troisième millénaire, le dialogue et la coopération internationale sont devenus la priorité des priorités afin de sauvegarder la souveraineté culturelle et la diversité dans un contexte de mondialisation. En juin 1998, l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien, a présidé à Ottawa une réunion internationale sur la politique culturelle. De cette initiative est né le Réseau international sur la politique culturelle, formé de 26 pays, dont la mission est de faire en sorte que les créateurs puissent raconter les histoires de leur pays.

Sur les écrans canadiens, les histoires se racontent en français, en anglais et dans les langues autochtones. Le Canada s'avère ainsi un véritable champion de la diversité culturelle. L'année de la francophonie sera une occasion exceptionnelle de mettre en valeur la production audiovisuelle canadienne de langue française. Téléfilm Canada entend stimuler la production en français en dehors du grand centre de production qu'est Montréal. Il faut notamment contribuer au développement de relations d'affaires entre les producteurs francophones hors-Québec et les diffuseurs, et favoriser la coproduction entre les francophones des diverses régions canadiennes. Parallèlement, Téléfilm encouragera la distribution et l'exportation des produits en français et, pour ce faire, resserrera ses liens avec la communauté francophone internationale.

Laurier L. Lapierre, O.C.

Laurier L. Lapierre O.C.

Pour terminer, j'aimerais rendre hommage à François Macerola, à l'équipe de direction et à tous les employés de la Société qui ont toujours fait preuve de professionnalisme et d'enthousiasme. Je suis importants et que l'équipe a relevé de nombreux défis. La Société a montré qu'elle était capable de se remettre en question et de prendre de nouvelles orientations, le cas échéant. Je remercie tous mes collègues pour leur soutien et pour leur dévouement à Téléfilm Canada.

Nous déployons aussi beaucoup d'efforts dans le domaine des nouveaux médias. Le gouvernement soutient le développement de l'industrie des nouveaux médias grâce au Fonds pour le multimédia de 30 millions de dollars, administré par Téléfilm Canada. Tout cela a porté fruit, sous la forme de céderoms novateurs tels que *Mia : un pétilleux pétiple pour sauver Mamie Mimi*, *Terre des Inuit, Cabot: The Discovery of a New World*, *Glenn Gould: The New Listener*, ainsi que le site Internet *de Génération W*.

Mais soyons clairs : accorder une place de choix à nos propres voix et lieux ne signifie pas restreindre la liberté d'expression des créateurs ni priver le public de sa liberté de choix. Bien au contraire, l'existence d'une industrie culturelle canadienne dynamique exige des instruments qui garantiront que les Canadiens et les Canadiennes ont accès à une grande diversité de longs métrages, d'émissions de télévision et d'œuvres multimédias – véritables reflets de nos valeurs culturelles et de notre mémoire collective.

Le Fonds canadien de télévision : de l'autre côté du petit écran

Je suis fier de siéger au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision (FCT), dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital (PPC). Le Fonds ne cesse d'évoluer, permettant aux Canadiens et aux Canadiennes de rester en contact avec leur culture. Je voudrais féliciter le président du FCT, Richard Stursberg, le directeur général du Programme de droits de diffusion (PDD), Garry Toth, le directeur général de Téléfilm Canada, François Macerola, le directeur des opérations canadiennes de la Société, Peter Katoditis, pour avoir rationalisé le fonctionnement du Fonds et fait en sorte que les deux programmes du FCT soient aussi complémentaires que possible. En gardant cet objectif à l'esprit, nous avons parcouru beaucoup de chemin cette année, notamment par la mise en œuvre de principes directeurs dont l'orientation était manifestement canadienne. Maintenant que le Fonds s'est reposé, nous allons travailler à son renouvellement à longue échéance en 2001.

Le MIPCOM rend hommage à notre industrie

Un bassin extraordinaire de créateurs et des infra-structures efficaces et généreuses sont des atouts indéniables pour une industrie. Le 6 octobre 1998, le MIPCOM de Cannes a rendu un vibrant hommage à la stature internationale de l'industrie canadienne. La Reed Midem Organisation, qui organise entre autres le MIPCOM, le MILIA et le MIP-TV, a consacré une journée spéciale au Canada, laquelle a généré une couverture médiatique internationale sans précédent. Au cours d'un déjeuner offert par la Ville de Cannes et la Reed Midem en l'honneur de la délé-gation canadienne, le président-directeur général de la Reed Midem, Xavier Roy, a vanté le « remarquable dynamisme » de l'industrie canadienne, décrivant le Canada comme une « source inépuisable de talents » et comme un « leader en matière de coproduction ».

Le conseil d'administration affiche complet

C'est avec plaisir que je souligne que le conseil d'administration est complet depuis août 1998. Trois nouveaux membres ont été nommés cette année : Bluma Appel, une femme d'affaires reconnue pour son engagement envers les arts; Elvira Sánchez de Malicki, qui nous fait profiter de plus de 25 ans d'expérience dans le domaine de la télédiffusion, du droit, des arts et du travail communautaire; et Ronald S. Bremner, qui a commencé sa carrière en télédiffusion en 1972 et qui est actuellement président-directeur général du club de hockey des Flames de Calgary. La contribution de ces trois membres à la Société est déjà remarquable.

L'équipe de Téléfilm Canada

Un mot plus personnel, maintenant, ceci étant mon premier message en tant que président de Téléfilm Canada. Quand je pense aux prochaines années, je suis extrêmement enthousiaste et optimiste au sujet de l'avenir de Téléfilm. Grâce au Fonds pour le multimédia, aux nouvelles politiques sur le long métrage qui seront adoptées sous peu ainsi qu'à la consolidation de notre appui au secteur télévisuel, je suis persuadé que la Société deviendra une institution culturelle de plus en plus importante. Pourquoi? Parce que nous avons besoin de plus de produits canadiens et qu'il faut améliorer leur création et leur distribution. Le rôle de Téléfilm sera de contribuer à la diffusion d'histoires et d'images qui nous appartiennent vraiment. De même, Téléfilm Canada appuiera l'industrie en mettant en valeur non seulement ses réalisations mais aussi ses besoins.

Le 21 mars 1999, l'éminent réalisateur canadien Norman Jewison a reçu le plus grand honneur qu'Hollywood puisse offrir : le prix Irving G. Thalberg. Grâce à cet oscar, qui rend hommage à l'œuvre de toute une vie, M. Jewison accède au cercle restreint des sommités du cinéma, et ce, à juste titre, puisque peu de cinéastes évoquent de façon aussi admirable l'expérience humaine. Révéler les visages de la condition humaine, voilà la raison pour laquelle des réalisateurs comme Norman Jewison, Denys Arcand, Atom Egoyan, Anne Wheeler, David Cronenberg, Thom Fitzgerald, François Girard, Léa Pool, Sturla Gunnarsson et Patricia Rozema, entre autres, font partie d'une longue tradition canadienne qui a porté l'art de raconter des histoires à son meilleur. Une tradition qui enchante le public et le tient rivé à son écran, grand ou petit.

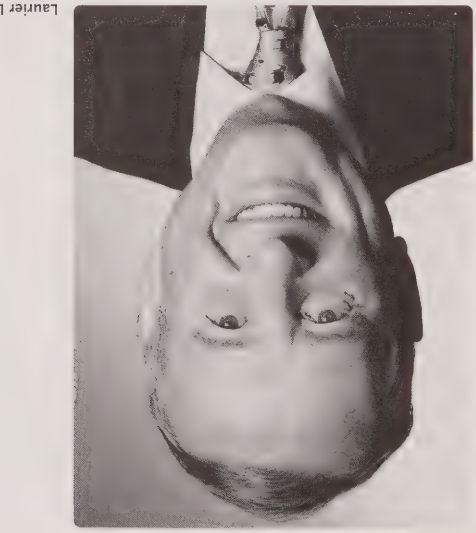
Vision. Passion. Conviction. Voilà quelques-uns des mots qui décrivent l'industrie canadienne de l'audiovisuel. Pour les Canadiens et les Canadiennes, les films, les émissions de télévision et les œuvres multimédias d'ici sont parmi les plus importants du monde. Ces créations nous font rire, pleurer, nous émeuvent, nous parlent et nous divertissent. Elles nous font aussi évoluer, en nous interpellant et en ouvrant des portes sur nous-mêmes et sur les autres.

Le cinéma et la télévision ont plusieurs vocations. Ce ne sont plus seulement des instruments de divertissement, ils reflètent l'imaginaire d'un peuple et projettent des instantanés de la vie humaine par l'intermédiaire d'images, de sons et d'histoires. C'est pourquoi nous devons chérir nos artistes, les encourager, les appuyer et leur offrir de nouvelles possibilités de s'exprimer avec la même vision, la même passion et la même conviction.

La culture canadienne s'exprime de multiples façons. La remarquable diversité culturelle du Canada – les autochtones, les peuples fondateurs, francophones et anglophones, et plus d'une centaine de groupes ethniques qui constituent nos racines – est un exemple de la richesse de notre patrimoine collectif. Malgré cette diversité, la capacité de créer nos propres images et histoires a toujours représenté un défi pour le Canada, et le demeure aujourd'hui encore. En effet, créer une télévision et un cinéma manifestement canadiens pour un petit marché comme le Canada a demandé des efforts gigantesques.

Grâce à l'appui marqué du gouvernement fédéral, une industrie véritablement canadienne existe aujourd'hui et est en plein épanouissement. Il s'agit maintenant de faire plus et mieux, c'est-à-dire de multiplier les produits canadiens de qualité. Les études sur les auditoires ont toujours révélé que les Canadiens et les Canadiennes regardent des émissions de grande qualité pour peu qu'on leur en propose.

1998-1999 : une grande année



Laurier L. LaPierre, O.C.

Notre industrie télévisuelle a produit des séries phares telles que *Omen*, *Due South*, *Emily of New Moon*, *Traders*, *Wind at My Back*, *Réseaux*, *Dooley Gardens*, *Boîte à chansons d'aujourd'hui*, *The Adventures of Shirley Holmes* et *Incredible Story Studio*, que les Canadiens regardent plus que jamais. De plus, l'augmentation du nombre de productions s'est particulièrement illustrée dans la catégorie des émissions pour enfants qui continuent de connaître un exceptionnel rayonnement international. Des documentaires comme *L'Erreur borbale*, *Moi, j'me fais mon cinéma*, *Life and Times of Liona Boyd*, *Romancing the Guitar*, *Gabrielle Roy*, *Ticking the Dragon's Tail* et *Riopelle sans titre* 1999, qui intéressent les Canadiens et les Canadiennes, mais aussi le reste du monde. Nous avons aussi la chance de pouvoir compter sur de nombreux talents autochtones, qui nous ont offert des œuvres profondément personnelles dans tous les genres et en plusieurs langues. Citons, entre autres, *Récits nordiques*, *Amarok's Song Series*, *The Everywhere Spirit* et *Big Treasure Chest for Future Kids*.

Le Canada est bien représenté dans le domaine du long métrage. Parmi les succès de l'année, pensons au *Violon Rouge*, à *Emporte-moi*, à *Dirty*, à *Such a Long Journey*, à *Un 32 août sur Terre* et à *existenZ*, qui ont été acclamés au Canada et à l'étranger. Bien sûr, nous sommes très heureux de la grande popularité des *Boys II* et de *C'tà ton tour*, *Laura Cadieux*. Et la liste est encore longue : *Le Dernier Souffle*, *The Falling*, *Cube*, *Souvenirs intimes*, *Quand je serai parti...*, vous vivrez encore et *The Five Senses*, pour ne citer que ceux-là. Ces films n'auraient pas pu être réalisés sans le talent des cinéastes canadiens, qui ont des histoires à raconter, et sans l'appui de Téléfilm Canada, principal organisme à investir dans le développement, la production et la distribution des longs métrages canadiens.

François Macerola
Directeur général

OPÉRATIONS

Peter Katadotis

Directeur – opérations canadiennes

Bureau de Montréal

Joëlle Levie

Directrice – opérations

Québec

Pierre Even

Directeur – unité d'affaires

– longs métrages

Normand Thauvette

Directeur – unité d'affaires

– télévision et multimédia

Bureau de Toronto

Bill Housse

Directeur – opérations

Ontario

John Fulton

Directeur – unité d'affaires

– longs métrages et multimédia

Karen Franklin

Directrice – unité d'affaires

– télévision

Bureau de Vancouver

Elizabeth Friesen

Directrice – opérations

Région de l'Ouest

John Dippong

Directeur – unité d'affaires

– longs métrages

Lauren Davis

Directrice – unité d'affaires

– télévision

Bureau de Halifax

Ralph Holt

Directeur – opérations

Région de l'Atlantique

FINANCES ET ADMINISTRATION

Danny Chaffour

Directeur – finances et administration

Lisa Scardocchio

Contrôleuse

Carolle Brabant

Directrice – systèmes, technologies

et gestion des contrats

RELATIONS INTERNATIONALES

Deborah Drisdell

Directrice – relations internationales

Jean Lefebvre

Directeur – bureau des festivals

Sheila de La Varende

Directrice déléguée – bureau européen

COMMUNICATIONS

ET AFFAIRES PUBLIQUES

Suzan Ayscough

Directrice – communications

et affaires publiques

RESSOURCES HUMAINES

Stella Riggi

Directrice – ressources humaines

POLITIQUES, PLANIFICATION

ET RECHERCHES

Guy DeRepentigny

Directeur – politiques, planification et recherches

CONSEILIER JURIDIQUE ET
CONSEIL D'ADMINISTRATION

John Pelletier

Conseiller juridique général

et secrétaire du Conseil d'administration

Montréal, le 28 juin 1999

L'honorable Sheila Copps

Ministre du Patrimoine canadien

Ottawa, Canada

Madame la Ministre,

Conformément aux dispositions de l'article 23 de la Loi sur la Société de développement

de l'industrie cinématographique canadienne de 1967, j'ai l'honneur de vous remettre,

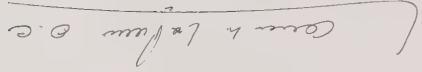
au nom du conseil d'administration, le 31^e rapport annuel de la Société de développement

de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada),

ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 1999.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

Le président,

 Guy L. LaPierre O.C.

Laurier L. LaPierre, O.C.

Laurier L. LaPierre, O.C. Président
Ottawa (Ontario)

Laëtita Cyr Vice-présidente
Moncton (Nouveau-Brunswick)

Jeanine C. Beaubien, O.C. Membre
Montréal (Québec)

Bluma Appel Membre
Toronto (Ontario)

Ron S. Bremner

Membre
Calgary (Alberta)

Elvira Sanchez de Malicki Membre
Etobicoke (Ontario)

Sandra Macdonald Membre d'office
Commissaire du gouvernement
à la cinématographie
Montréal (Québec)

François Macerola Directeur général

Peter Katadotis Directeur – opérations canadiennes

Danny Chalifour Directeur – finances
et administration

Deborah Drisdell Directrice – relations internationales

Suzan Ayscough Directrice – communications
et affaires publiques

Stella Riggi * Directrice – ressources humaines

Guy DeRepentigny Directeur – politiques,
planification et recherches

John Pelletier Conseiller juridique général
Secrétaire du Conseil d'administration

| | |
|---|---------------------------------|
| 6 | Membres du Conseil et Direction |
| | au 31 mars 1999 |

| | |
|---|----------------------|
| 7 | Lettre à la Ministre |
|---|----------------------|

| | |
|---|------------------------------|
| 8 | Direction et employés cadres |
|---|------------------------------|

| | |
|---|----------------------|
| 9 | Message du président |
|---|----------------------|

| | |
|----|------------------------------|
| 13 | Message du directeur général |
|----|------------------------------|

| | |
|----|--------------------------------|
| 20 | Résultats financiers 1998-1999 |
|----|--------------------------------|

| | |
|--|--------------------------|
| | Débours |
| | Engagements |
| | Dépenses administratives |

| | |
|----|-----------------|
| 25 | Faits saillants |
|----|-----------------|

| | |
|--|--|
| | Politiques – télévision et cinéma |
| | Production et développement |
| | Téléfilm Canada : un engagement de longue date envers le cinéma canadien |
| | Communications et affaires publiques |
| | Relations internationales |
| | Les publications de Téléfilm |

| | |
|----|--|
| 37 | Télévision |
| | Programme de participation au capital – Fonds canadien de télévision |

| | |
|----|---|
| 51 | Cinéma |
| | Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada |
| | Fonds d'aide à la distribution de longs métrages de Téléfilm Canada |

| | |
|----|--------------------------|
| 61 | Multimédia |
| | Fonds pour le multimédia |

| | |
|----|------------------|
| 65 | Etats financiers |
|----|------------------|

Téléfilm Canada : une présence active sur le front des politiques nationales

• Création du Fonds pour le multimédia par le ministre du Patrimoine canadien, qui en confie l'administration à la Société.

• Participation aux audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC) sur l'avenir de la télévision canadienne.

• Participation aux audiences du CRTC sur les nouveaux médias.

• Refonte du Fonds canadien de télévision (FCT) dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital (PPC).

• Participation à l'examen général de la politique cinématographique canadienne.

Téléfilm maintient le cap sur le nouveau millénaire

Vers le nouveau millénaire, le Plan d'affaires 1997-2000

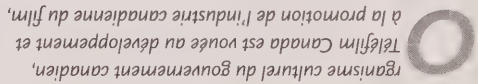
de Téléfilm publié en novembre 1997, définit les objectifs et stratégies de la Société à moyenne et longue échéance. L'exercice 1998-1999 a été marqué, entre autres, par les réalisations suivantes :

• une augmentation importante du volume des productions créées par des Canadiens pour les Canadiens, Téléfilm ayant appuyé la création de 588 projets de production et de développement, représentant un volume d'activité record de 550 millions de dollars, comparativement à 506 projets et des devis de 500 millions de dollars l'année précédente;

• un soutien accru à la production régionale, grâce à une décentralisation des services, à des consultations plus régulières et à une plus grande part des investissements de Téléfilm (28 % des engagements), contribuant à une meilleure représentation des expériences et de l'imaginaire des différentes communautés canadiennes;

• une intensification des partenariats internationaux, notamment sur le plan de la coproduction, des marchés et des festivals du film, de la télévision et des nouveaux médias, dont tirent profit les PME et les grandes entreprises du pays;

• une amélioration des services à la clientèle, grâce à des pratiques administratives efficaces, des initiatives pour assurer une plus grande visibilité de l'industrie ici et à l'étranger, une meilleure utilisation des ressources du FCT et une accélération des prises de décisions; la Société vise aussi l'imputabilité et la transparence de ses activités.



l'organisme culturel du gouvernement canadien, Téléfilm Canada est vouée au développement et à la promotion de l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias.

Téléfilm Canada est un investisseur culturel.

Sa mission est d'offrir à l'industrie un appui financier et stratégique visant la production d'œuvres de grande qualité qui reflètent la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle, et favorisant la distribution la plus large possible de ces œuvres au Canada et à l'étranger.

PLUS DE 30 ANS D'EXPERTISE

AU SERVICE DE L'INDUSTRIE CANADIENNE Budget annuel : près de 200 millions de dollars

Société d'État créée en 1967, Téléfilm Canada a contribué au succès actuel de l'industrie canadienne du film et de la télévision. Tout en continuant d'investir dans ces secteurs et de raffiner son appui au long métrage, la Société a mis le cap sur les nouveaux médias, cette voie de communication du XXI^e siècle où les talents canadiens s'imposent de plus en plus. Téléfilm Canada bénéficie d'un budget annuel de près de 200 millions de dollars, qui lui permet de jouer un rôle financier, stratégique et promotionnel déterminant, tant sur le plan national qu'international.

Un soutien diversifié, de la scénarisation aux ventes internationales

Téléfilm administre 17 fonds et programmes dont le Programme de participation au capital (PPC) du Fonds canadien de télévision (FCT), un partenariat des secteurs public et privé, le Fonds de financement de longs métrages et le Fonds pour le multimédia. Elle contribue chaque année au développement et à la production de près de 600 longs métrages, téléfilms, séries dramatiques, émissions documentaires, émissions pour enfants, émissions

de variétés et produits multimédias d'une grande valeur culturelle.

La Société s'assure que ces produits atteignent de vastes publics en s'associant à d'autres activités de l'industrie comme la distribution, l'exportation, le doublage, le sous-titrage, le marketing et la promotion dans les festivals et les marchés canadiens et étrangers.

L'appui financier de Téléfilm est varié. Il prend surtout la forme d'investissements, mais aussi d'avances, de prêts, de cautionnements de prêts et de subventions. Téléfilm partage avec l'industrie les risques et les revenus liés à l'exploitation des produits. Les revenus qu'elle récupère sont réinvestis dans des activités de production et de distribution de l'industrie.

Une force à l'échelle canadienne et internationale

Les quatre bureaux de la Société au Canada offrent un large éventail de services à leurs clients. Situés à Montréal (Québec), où est le siège social de l'organisme, Toronto (Ontario), Vancouver (Colombie-Britannique, Alberta, Manitoba, Saskatchewan, Nunavut, les Territoires du Nord-Ouest et le Yukon) et Halifax (Nouvelle-Écosse, Nouveau-Brunswick, Terre-Neuve et le Labrador, et l'Île-du-Prince-Édouard), ces bureaux stimulent la créativité à l'échelle nationale.

La Société a aussi un bureau à Paris dont l'expertise s'avère précieuse pour la mise en œuvre de stratégies internationales qui ouvrent de nouveaux marchés à la production canadienne. Téléfilm travaille avec les entreprises de production, de distribution, de télédiffusion et avec les autres organismes gouvernementaux canadiens et étrangers du secteur audiovisuel pour que l'industrie canadienne évolue dans un environnement favorable à la création de produits originaux, de grande qualité et qui plaisent au public.

SIEGE SOCIAL

Tour de la Banque Nationale
600, rue de La Gauchetière Ouest
12. étage
H3B 4L8
Montréal (Québec)
H3B 4L8
Téléphone : (514) 283-6363
Télécopieur : (514) 283-8212
www.telfilm.gc.ca

BUREAU EUROPEEN

Paris
5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Téléphone : (33-1) 44-18-35-30
Télécopieur : (33-1) 47-05-72-76

BUREAUX AU CANADA

Toronto
2, rue Bloor Ouest
12. étage
M4W 3E2
Téléphone : (416) 973-6436
Télécopieur : (416) 973-8606

Vancouver
310 – 440, rue Cambie
Vai couve (d'ombre-Barramque)
V6B 2N5
Téléphone : (604) 666-1566
Télécopieur : (604) 666-7754

Halifax
1684, rue Barrington
3^e étage
Halifax (Nouvel-Ecosse)
B3J 2A2
Téléphone : (902) 426-8425
Télécopieur : (902) 426-4445

Ottawa
360, rue Albert
Bureau 1560
Ottawa (Ontario)
K1A 0M9
Téléphone : (613) 947-2938
Télécopieur : (613) 947-2537

Ce rapport est publié par la direction des communications et affaires publiques de Téléfilm Canada avec la participation de la direction – politiques, planification et recherches.
Pour obtenir des exemplaires additionnels, veuillez adresser vos demandes comme suit :
Téléfilm Canada
Direction des communications et affaires publiques
Tour de la Banque Nationale
600, rue de La Gauchetière Ouest
12. étage
H3B 4L8
Montréal (Québec)

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale du Québec
Bibliothèque nationale du Canada
Conception graphique :
Agence Code communications
Pelliculage :
Grafix Studio

Impression :
Transcontinental Litho Acme



Canada



m Canada

RAPPORT ANNUEL 90-99

1999-2000
ANNUAL REPORT

 **Telefilm Canada**



TELEFILM CANADA'S OFFICES

OFFICES IN CANADA

MONTRÉAL*

360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9
Phone: (514) 283-6363
Fax: (514) 283-8212
www.telesfilm.gc.ca

TORONTO

2 Bloor Street West
22nd Floor
Toronto, Ontario
M4W 3E2
Phone: (416) 973-6436
Fax: (416) 973-8606

VANCOUVER

310 - 440 Cambie Street
Vancouver, British Columbia
V6B 2N5
Phone: (604) 666-1566
Fax: (604) 666-7754

HALIFAX

1684 Barrington Street
3rd Floor
Halifax, Nova Scotia
B3J 2A2
Phone: (902) 426-8425
Fax: (902) 426-4445

OTTAWA

360 Albert Street
Suite 1560
Ottawa, Ontario
K1A 0M9
Phone: (613) 947-2938
Fax: (613) 947-2537

* Head office and Quebec Operations office

EUROPEAN OFFICE

PARIS

5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Phone: (33.1) 44.18.35.30
Fax: (33.1) 47.05.72.76

►►► This annual report is published by the Communications and Public Affairs Department of Telefilm Canada with the participation of the Policies, Planning and Research Department.

Additional copies may be obtained by writing to the following address:

Telefilm Canada
Communications and Public Affairs
360 St. Jacques Street
Suite 700
Montréal, Quebec
H2Y 4A9

Legal Deposit:

Bibliothèque nationale du Québec
National Library of Canada

Graphic design:

Agence Code communications

Pre-press:

Grafix Studio

Printing:

Bowne de Montréal



TABLE OF CONTENTS

| | |
|---|----|
| Board Members and Senior Management | 4 |
| Letter to the Minister | 5 |
| Management | 6 |
| Message from the Chairman | 9 |
| Message from the Executive Director | 13 |
| From Coast to Coast | 16 |
| Unforgettable Canadian Stories and Images | 18 |
| 1999-2000 Financial Results | 22 |
| > Commitments | |
| > Telefilm Canada's Commitment Capacity | |

HIGHLIGHTS 25

- > Telefilm Canada: An Active Force in Canadian Cultural Policy
- > Production and Development
- > National and International Promotion of Canada's Industry and Products
- > Training and Professional Development
- > International Relations

TELEVISION 35

- > Canadian Television Fund – Equity Investment Program

CINEMA 49

- > Telefilm Canada's Feature Film Fund
- > Feature Film Distribution Fund

MULTIMEDIA 59

- > Multimedia Fund

FINANCIAL STATEMENTS 63

BOARD MEMBERS

as at March 31, 2000

Laurier L. LaPierre, O.C.

Chairman
Ottawa, Ontario

Jeanine C. Beaubien, O.C.

Vice-Chairperson
Montréal, Quebec

Elvira Sánchez de Malicki

Chairperson
Audit and Finance Committee
Etobicoke, Ontario

Bluma Appel

Member
Toronto, Ontario

Ron S. Bremner

Member
Calgary, Alberta

Sandra Macdonald

Member ex officio
Government Film Commissioner
Montréal, Quebec

Louise Pelletier

Member
Montréal, Quebec
Joined Telefilm Canada's Board on May 15, 2000

SENIOR MANAGEMENT

as at March 31, 2000

François Macerola

Executive Director

Peter Katadotis

Director – Canadian Operations

Danny Chalifour

Director – Finance and Administration

Danielle Dansereau

Director – Communications
and Public Affairs

Guy DeRepentigny

Director – Policies, Planning
and Research

Deborah Drisdell

Director – International Relations

Stella Riggi

Director – Human Resources

John Pelletier

General Counsel and
Corporate Secretary

Montréal, June 21, 2000

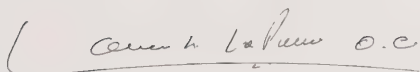
The Honourable Sheila Copps
Minister of Canadian Heritage
Ottawa, Canada

Dear Madam:

In accordance with the provisions of Section 23 of the *Canadian Film Development Corporation Act*, 1967, I have the honour to present to you, on behalf of the Board of Directors, the 32nd Annual Report of the Canadian Film Development Corporation (now called Telefilm Canada) as well as the financial statements for the year ended March 31, 2000.

Yours very truly,

The Chairman,

A handwritten signature in dark ink, reading "Laurier L. LaPierre O.C.", written over a horizontal line.

Laurier L. LaPierre, O.C.

MANAGEMENT

as at June 21, 2000

François Macerola

Executive Director

OPERATIONS

Peter Katadotis

Director, Canadian Operations

MONTRÉAL OFFICE

Joëlle Levie

Director, Operations
Quebec

Pierre Even

Director, Business Unit
– Feature Film

Michel Pradier

Interim Director, Business Unit
– Television and Multimedia

TORONTO OFFICE

Karen Franklin

Director, Operations
Ontario
Interim Director, Business Unit
– Television

John Fulton

Director, Business Unit
– Feature Film and Multimedia

VANCOUVER OFFICE

Elizabeth Friesen

Director, Operations
Western Region

John Dippong

Director, Business Unit
– Feature Film

Lauren Davis

Director, Business Unit
– Television

HALIFAX OFFICE

Ralph Holt

Director, Operations
Atlantic Region

FINANCE AND ADMINISTRATION

Danny Chalifour

Director, Finance and Administration

Marina Darveau

Controller

Carolle Brabant

Director, Systems, Technology
and Contract Management

COMMUNICATIONS AND PUBLIC AFFAIRS

Danielle Dansereau

Director, Communications
and Public Affairs

POLICIES, PLANNING AND RESEARCH

Guy DeRepentigny

Director, Policies, Planning
and Research

INTERNATIONAL RELATIONS

Johanne St-Arnauld

Interim Director, International Relations

Sheila de La Varende

Director, European Office

HUMAN RESOURCES

Stella Riggi

Director, Human Resources

GENERAL COUNSEL AND CORPORATE SECRETARY

John Pelletier

General Counsel and
Corporate Secretary

TELEFILM CANADA: A CULTURAL INVESTOR IN FILM, TELEVISION AND MULTIMEDIA

Telefilm Canada's Mandate

Telefilm Canada's mission is to provide the industry with financial support and strategic leverage in producing high-quality works that reflect Canadian society, with its linguistic duality and cultural diversity, and ensuring their widest possible distribution in Canada and abroad.

Commitments: More Than \$160 Million for the Canadian Industry

Established in 1967 as a Crown corporation, Telefilm Canada this year allocated more than \$160 million towards the development and promotion of the Canadian industry. This sum is composed of a parliamentary appropriation, contributions from the Department of Canadian Heritage and receipts deriving from the Corporation's financial participation.

Acts and Agreements

Telefilm Canada reports to the Department of Canadian Heritage, and its activities reflect federal government policies. The Corporation's operations are governed by the *Canadian Film Development Corporation Act* and the *Financial Administration Act*, and its contributions to the industry are made in compliance with Treasury Board requirements.

The Corporation is further subject to the provisions of the following legislation: *Official Languages Act*, *Canadian Multiculturalism Act*, *Employment Equity Act*, *Income Tax Act*, *Privacy Act* and *Access to Information Act*.

The Corporation's funds and programs are administered in accordance with the Memoranda of Understanding and Contribution Agreements signed with the Department. They are subject to regular statutory assessment and internal evaluation.

Board of Directors

Telefilm Canada's Board is appointed by the Governor General in Council. It reports on its administration in an annual report that includes financial statements audited by the Auditor General of Canada. Telefilm's Board of Directors is composed of seven members.

140 Employees, Five Offices

The Corporation's offices in Montréal, Toronto, Vancouver and Halifax offer a wide range of services to clients in their respective regions, fostering creative endeavours throughout the country.

Through its office in Paris, the Corporation provides valuable expertise for implementing strategies to develop new international partnerships and markets.

Telefilm Canada has 140 employees working in six divisions: Canadian Operations, Finance and Administration, Policy, Planning and Research, Communications and Public Affairs, International Relations and Human Resources.

Extensive Support for National and International Industry Activities

Telefilm Canada administers fifteen different funds and programs. For the most part, the Corporation's resources are devoted to developing and producing television programs, feature films and multimedia products.

The Corporation helps to expand audiences for Canadian products through support for distribution, export, versioning, marketing, and industry promotion at festivals and markets.

Productions Supported by Telefilm Canada

Each year, the Corporation's support goes to develop and produce some 600 works in the following categories: theatrical feature films, television drama, documentaries, children's programs, variety shows and multimedia products.

Diversified Financial Support

Telefilm Canada provides financial support mainly in the form of investments but also as advances, loans, loan guarantees and grants. Telefilm shares production risks and revenues with the industry. Recouped amounts are reinvested in the industry.

Co-production Agreements:

Development Tools for the Industry

Telefilm Canada administers Canada's co-production agreements with 55 countries. These agreements serve as development tools for the industry in securing product financing and international distribution.

1997-2000 BUSINESS PLAN

Focus on Telefilm Canada's 12 Primary Goals

In November 1997, Telefilm Canada published a business plan for 1997-2000 entitled *Towards the New Millennium*. In it, the Corporation laid out 12 primary goals and some 100 strategies, which have served as the basis for its actions and activities during the past three years.

As this annual report attests, fiscal 1999-2000 proved crucial to achieving these goals. Each of the Corporation's divisions and its five offices contributed to fulfilling the business plan, in line with which the Corporation:

- strengthened support for works that are distinctively and identifiably Canadian;
- worked in collaboration with the Department of Canadian Heritage to ensure the renewal of the Canadian Television Fund from 1998-99 to 2000-01;
- increased the volume of Canadian television programs, feature films and new media works;
- improved the quality, marketability and competitiveness of Canadian feature films;
- encouraged regional production in both official languages, maintaining an appropriate balance;
- facilitated the Canadian public's access to Canadian television programs, feature films and multimedia products through professional marketing and promotional activities;
- multiplied business opportunities for Canadian producers and distributors in international markets and increased the visibility of Canadian products abroad;
- expanded support for small and medium-sized companies;
- supported the professional development of emerging Canadian producers, writers, directors and other talent;
- contributed to the development of the federal government's national and international policies and initiatives affecting the Canadian industry;
- delivered pertinent, effective programs and services to the industry, undertook to assess their performance by means of appropriate measures and made optimal use of existing expertise and infrastructures; and
- strengthened all forms of communication with the television, film and new media sectors, the various levels of government and the general public.

Eyes on the Future:

The 2000-2005 Business Plan

The Corporation will be issuing its new business plan shortly. Telefilm Canada is working on a longer-term basis than ever before, with a five-year plan for 2000 to 2005. A summary of the Plan will be available on the Corporation's website and at all Telefilm offices.

MESSAGE FROM THE CHAIRMAN

We have just entered a bold new millennium where the only constant is change. It is an era of innovation, one that demands new paradigms and new approaches but that presents new challenges as well.

The phenomenon of digital convergence is now integral to our lives, as new media deliver unprecedented ways of capturing our imagination. Interconnectivity has brought the world to our doorsteps, expanding our horizons and opening our minds. And in film, literature and music, the Internet has given us the ability to seek out works from far and wide. But with endless possibilities available at the click of a mouse, the cultural sphere has become increasingly competitive and myriad outlets vie for our attention.

Fortunately, we have a wealth of assets that make it a privilege to live in this country. Canada has an abundance of natural resources, its citizens are respectful, its institutions are strong and its culture is based on diversity and tolerance. Canadian culture is the personality of our country, the sum of our values, beliefs, ways of life, passions and hopes. It is what identifies Canada to the rest of the world and makes us the envy of many. But this does not necessarily mean that all is well.

Despite its many achievements, Canada's television industry – indeed, our cultural industry in general – can never rest on its laurels. Although Canada is one of the world's largest exporters of television programs, our producers still face the difficulty of telling Canadian stories to Canadian audiences with financial resources far inferior to those enjoyed by their counterparts in the United States. And while Canadian feature films are lauded on the international festival circuit, their share of Canadian screen time at home remains woefully small.

Canada has the duty to protect its culture. Our film, television and new media products reflect our rich cultural diversity and allow us to discover a multitude of points of view and realities that we would not otherwise encounter. We must continue to ensure that our nation's cultural values, history and traditions will be preserved for generations to come. And to ensure that Canadian creators have the means to push back the boundaries of our imagination, foreshadowing tomorrow's realities in today's tendencies.

Telefilm Canada, with its long experience, strong national presence and contacts throughout the world, must continue to promote Canada's cultural diversity and cultural sovereignty. These issues are paramount, and without them, there can be no Canadian content.



A Call for New and Daring Perspectives

LAURIER L. LAPIERE, O.C.

There are undoubtedly repercussions on Canadian culture when our screens – including those of our computers, thanks to the Internet – are increasingly filled with foreign content. But new media also provides us with the means to portray our country and people in ways that were unimaginable just a short while ago. Documents of national importance, timeless works, and images from our history can be made readily accessible at all times. This is just one example of the fields in which Telefilm Canada and the Canadian industry must be prepared to take risks and consider new perspectives.

We are as good as anyone else at telling stories, if not better; the real problem has long been about reaching critical mass. And in order to achieve this, we must invest in our future. Canadian storytelling – Canada's voices and images – will endure only if we support new ways of telling and new creators to tell.

Imaginative newcomers and small and medium-sized businesses form the cornerstone of the future. To be at the forefront of any sector, it is essential to develop and promote emerging talent through diversified programs in all regions of the country. Young Canadian creators must be able to grow and successfully position themselves in a rapidly evolving global environment. For companies, the Corporation announced in June 1999 that it would be directing its resources chiefly to SMBs, as their development, both at home and abroad, is the best long-term guarantee of industry success.

1999-2000: Resounding Success for Canadian Works

Canada's television, feature film and multimedia industry once again entertained and moved us, while appealing to domestic and international audiences alike.

This year saw several firsts for Canadian cinema. With Alexander Petrov's *The Old Man and the Sea* taking the Oscar for Best Animated Short Film and François Girard's *The Red Violin* receiving the Oscar for Best Original Score, Canada cemented its already prestigious reputation in the international film community. The industry also had reason to celebrate this spring when Denys Arcand's *Stardom* was selected to close the 2000 Cannes International Film Festival – a Canadian first! One of the year's hit came from the Atlantic region: Rodrigue Jean's *Full Blast*, the first Acadian feature made in French. Aboriginal filmmakers also passed a milestone with *Atanarjuat (The Fast Runner)* by Zacharias Kunuk and Paul Apak Angilirq, Canada's first feature film entirely written and produced in an Aboriginal language, Inuktitut.

Television producers from coast to coast contributed programs that illustrate the many aspects of the Canadian experience. Popular series continued to enthral audiences, while new dramas demonstrated that our capacity for taking chances on fresh talent and concepts remains undiminished. In all cases – drama, documentaries, children's programs, variety and performing arts shows alike – Telefilm financed works that reflect Canada's cultural diversity, including regional productions and projects made in official-language minority situations. Aboriginal creators also made their mark with stories that artfully examine native traditions and cultures, told in English, French and a dozen of different Aboriginal languages.

Among the year's broadcast success stories are *Fortier*, *Gypsies*, *Caserne 24*, *Made in Canada II*, *Anne of Green Gables: The Continuing Story*, *The Holier It Gets*, *Traders*, *Crimes of Honour*, *Lunatiques*, *Incredible Story Studio*, *Trial by Fire – A North of 60 Mystery*, *Milgaard*, *Stories From the Seventh Fire* and *Da Vinci's Inquest*.

Canada's multimedia industry pursued its remarkable growth. Indeed, the industry's output is such that Canada is now the fifth-ranked producer of multimedia products in the world, right behind the United States, Germany, France and the United Kingdom. This year's excellent projects include the new adventures of Mia Mouse in *Mia II : Le Mystère du chapeau perdu*, an interactive, animated CD-ROM enjoying international success, *Monster by Mistake* and *Buddy Brush and the Painted Circus*.

Canadian Television Fund: A Team Effort

For the past four years, Telefilm Canada, through the Canadian Television Fund's Equity Investment Program, has provided record support for the development of distinctively Canadian television, with exceptional results. However, despite our overwhelming success, this public-private partnership must evolve to better respond to the needs of our clients. One thing is certain, though: Telefilm Canada will continue to play a dynamic role in the television sector and to actively support the creators who reflect our lives with enriching imagination.

Board of Directors

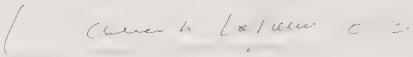
Telefilm Canada was deeply saddened by the death of Laétitia Cyr, Vice-Chairperson of the Board, in September 1999. An Acadian from New Brunswick, Mme Cyr gave eloquent voice to the particular needs of French-speaking Canadians outside Quebec and worked tirelessly to promote the productions and talents of her native region. The vision, dedication and grace that she brought to all things will be remembered.

1999 also saw the passing of another great figure of the arts community, Gratién Gélinas. M. Gélinas was a leading light on the Canadian cultural scene for 60 years. Renowned for his distinguished work in theatre, he was also the Corporation's second and longest-serving Chairman, from 1969 to 1978. Telefilm Canada and the Canadian industry owe much to his administrative skills and his boundless passion for cultural development.

In 1999-2000, two members took on added responsibilities. In December, Jeanine C. Beaubien was elected Vice-Chairperson of the Board and Elvira Sánchez de Malicki was elected Chairperson of the Audit and Finance Committee. I am also very pleased to announce that the Board now has a full complement, with the appointment of Louise Pelletier of Saint-Lambert, Quebec. Mme Pelletier is a well-known screenwriter with extensive knowledge of the Canadian television industry. We are proud to have her with us.

In closing, I would like to thank François Macerola and the entire Telefilm Canada team for their support and enthusiasm.

I also want to express my heartfelt admiration for all the professionals working in Canada's feature film, television and multimedia industry. Your vision and artistry are sources of inspiration to us all!



Laurier L. LaPierre, O.C.

AND NOW A WORD FROM OUR BOARD...



Bluma Appel

(Toronto)

"This has been another vintage year. Telefilm Canada can add a further feather to its cap – especially for its support of the Canadian new media industry. We are living in rapidly changing times, and Telefilm must continue to contribute to the careers

of our content creators. I can say without doubt that this is the best board I have worked with. Together, we form a dynamic and experienced group that shares a passion for promoting the Canadian cultural industry."



Louise Pelletier

(Montréal)

"As a writer for television, I would like to see even more respect and recognition for creators. It is the creator's vision that defines any work. Our audience identifies with homegrown television; it is a shared point of reference.

The more a work reflects its culture, the greater its audience appeal. I also believe it important that French-language creators be able to continue to work in their language and reflect the Francophone reality in North America."



Jeanine C. Beaubien

(Montréal)

"Telefilm Canada fosters the production and distribution of excellent products in English, French and Aboriginal languages that have wide audience appeal in Canada and abroad. My wish, as Vice-Chairperson of the Board, is to see Telefilm remain in the

vanguard on cultural issues. Support for training and emerging talent is essential. And it is crucial to make young audiences aware of Canadian production, for they are the future of our culture."



Elvira Sánchez de Malicki

(Etobicoke)

"I am pleased to say that Telefilm Canada, as a federal cultural agency, will be playing an important role in upcoming discussions on linguistic and cultural diversity. I am also extremely proud to have been appointed Chair of the

Audit Committee. Our responsibilities have been expanded in order to ensure that Telefilm carries out its mandate in an increasingly transparent and sound business manner."



Ronald S. Bremner

(Calgary)

"It is exciting to be a part of the Board of Telefilm Canada. In today's global marketplace, it is essential that we do everything we can to ensure that the special and unique stories of Canada are told far and wide. With a strong and improved distribu-

tion system and better marketing of Canadian feature films, we will not only keep Canadian cinema thriving but will also ensure that we are taking our rightful place on the world stage."



Sandra Macdonald

(Montréal)

"As Government Film Commissioner, I bring to the Board of Telefilm Canada some experience in the development and implementation of film and television policy, and in the challenges of managing a federal cultural agency. One of my pre-

occupations is ensuring that the various financing partners in Canadian production are as consistent with one another as possible, so that the focus can be on creation, rather than on the deal."

MESSAGE FROM THE EXECUTIVE DIRECTOR

For Telefilm Canada, 1999-2000 was an extremely demanding year, which saw a wide-ranging reassessment affecting both our administrative procedures and our role in relation to the industry. But beyond the many difficulties, the year was positive in that it allowed us to reaffirm the Corporation's unique role in Canada's cultural environment.

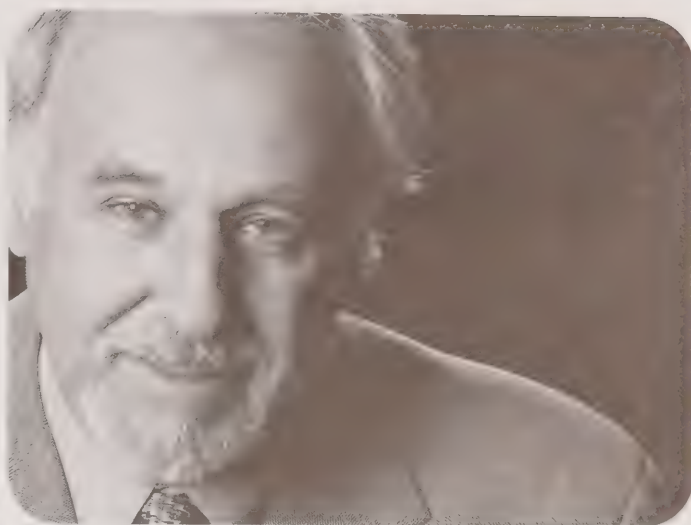
TELEFILM CANADA'S ROLE AS A PUBLIC AGENCY INVESTOR

Television: A Call for True Private-Public Sector Partnerships

What exactly is the Corporation's role as a public agency and cultural investor? Four years ago, the creation of the Canadian Television Fund (CTF), a private-public sector partnership, was seen as a remarkably innovative initiative. The Fund has been successful in many ways, and its financial resources continue to be crucial to the television and feature film industry. However, it has become increasingly apparent that this partnership presents certain drawbacks. This has led some to wonder whether, in a context of growing private investment, there is still room for public agencies. Should the administration of public funds be transferred to the private sector?

The conclusions of two reports produced this year, one by KPMG and the other by Silcox-Colbert, suggested, in fact, that Telefilm Canada should cease all investment activity in the television sector. To do so, however, would be to disregard more than 20 years of expertise that has been tried and tested on both the cultural and industrial fronts with results that are admired and envied by many industries the world over.

Moreover, I firmly believe that there is a place for true partnerships between the private and public sectors, for alliances that demonstrate respect for each partner's competence and experience, that guarantee the sound administration of public funds and that hold their administrators accountable. The process of renewing the Canadian Television Fund, slated for 2001-2002, can be expected to arouse intense debate on the issue of governance and on the Fund's methods of operation in general. Telefilm Canada will take part in this debate with the full enthusiasm, energy and, above all, experience of its teams from across the country.



FRANÇOIS MACEROLA

Feature Films:

Towards a New National Policy

Feature films remain the "poor cousins" of the communications industry. They have been left to themselves, at the mercy of a fiercely competitive market, with no legislative framework or supervisory body, and with financial resources that are significant but nonetheless insufficient.

Over the course of the year, we worked with the Department of Canadian Heritage to develop a new film policy aimed at expanding audiences for Canadian films, increasing the financial resources available for each production and improving marketing practices for Canadian cinema. The results of this policy will not be felt immediately, but the context holds promise. Our industry can already count on exceptional creative talents and unique production and distribution expertise. The injection of new funds, in combination with goals that take cultural imperatives and market needs into account, could ensure that Canadian films finally take their rightful place on Canadian screens. Broadcasters and exhibitors will have an integral role to play in this endeavour, because producing feature films in Canada, as in every country, demands the collective efforts of all partners, whether they are involved in creating, producing or marketing.

It's time to stop segregating these medias. We must devise new models that are more far-reaching, more in keeping with the industry's real needs and with contemporary management performance requirements.

Focus on Media Convergence

This brings me to a key concept, that of digital convergence involving television, film and, of course, new media.

Telefilm has continued to demonstrate efficiency and skill in administering the Multimedia Fund since its creation in 1998. But the multimedia sector calls for further reflection, and the Fund will undergo an in-depth review during the coming year. We want to see the Fund better meet the needs of Canadians and make greater use of existing production and marketing infrastructures. Accordingly, our efforts will be directed to making old and new media converge.

Content

We are living in an era of knowledge and information highways, a combination that will continue to have untold new ramifications. Still, whatever the medium used to reach the public, the primary element will remain the project content and the stories it tells. Content will always be more important than the means of conveyance, and it must be relevant for the Canadian public. Telefilm intends to develop programs that encourage innovation and daring, programs that enable creators to express their world view through the use of the widest possible range of creation and delivery media and technologies.

1999-2000: Remarkable Results

The figures and information contained in this annual report eloquently demonstrate that 1999-2000 was a great year in terms of both products and investments, made directly by Telefilm or through the CTF Equity Investment Program.

I am very pleased to note that in many respects – number and quality of projects, support for small and medium-sized business, support for Aboriginal-language production, regional production, co-productions and international activity – this year has been one of very productive and exemplary, if not record, results.

And while achieving these results, we remained acutely attentive to the efficiency, transparency and accountability requirements set out in our 1997-2000 Business Plan.

Finance and Administration

This year, certain allegations of irregularities and mishandling of funds in the industry gave rise to a number of questions.

The Department of Canadian Heritage responded to this situation in a strongly proactive manner by commissioning a report on the management practices of federal support programs for the Canadian film and television industry. This report, which was made public in February 2000, portrayed Telefilm Canada in a favourable light while at the same time recommending pertinent avenues for change.

The report acknowledged that Telefilm Canada had been working consistently for several years to improve its management framework with respect both to policy, procedures and administrative controls and to human resources. However, it recommended that Telefilm accelerate the corrective measures already under way, notably the implementation of an audit plan, and that the Corporation work with the other organizations in the Canadian Heritage portfolio and external resources to refine its management practices.

Telefilm Canada promptly undertook to implement these recommendations, which are fully in line with its own concerns and previously initiated actions. Since 1998, in fact, the Corporation has been working with an accounting firm to develop a risk management policy and a new audit plan. We accelerated the process of revising our procedures and risk analysis mechanisms, with conclusive results. Telefilm's administrative structure not only withstood the test, it failed to reveal any significant weaknesses. Public funds are being administered correctly and financial resources are expended in the proper places. The few past exceptions should in no way cast doubt on the value of the existing system, the industry or the current approach to funding.

The Corporation now has a comprehensive audit plan that covers all aspects of its financing activities. This plan has been presented to the industry, and we will continue to work with Canadian Heritage, the Department of Finance and other government bodies to ensure the rigorous management of public funds.

Implementation of Performance Measures

In order to better assess its performance in relation to business plan objectives and fulfil government accountability requirements, Telefilm defined seven strategic perspectives in 1998-99 concerning projects, companies, industry, government, organizational processes, financing and human resources. In light of the costs and resources required to institute the measures corresponding to these perspectives, the Corporation has opted for a gradual implementation approach.

Six measures were implemented this year. They deal with the annual rate of increase in financial resources, administrative expenses, resources devoted to communities in official-language minority situations, our contribution to international co-productions, overall co-production volume and the number of Telefilm-funded productions selected at festivals. Other performance measures will be put into place in 2000-01, and the Corporation will publish a report on this initiative.

Performance Tools

Telefilm further developed tools to improve its performance and maintain a critical viewpoint in assessing its activities and systems. We implemented an activity-based costing program that measures the cost/performance ratio of our initiatives. We upgraded the system that continuously monitors commitments and disbursements by fund and by program, on a regional and national basis. And we reviewed, updated and harmonized the reporting forms used in the various offices.

We also continued to document our policies and procedures and now have several reference guides for Telefilm employees and the industry dealing with financial management, production cost accounting, operations report audit, as well as a policy concerning companies in default.

Leading-edge Information Systems

Our information systems have to handle a growing volume of data and must be flexible enough to enable Telefilm to manage other funds, should the need arise. To this end, we have developed a three-year information technology master plan. We have also taken the necessary steps to speed up system operations, particularly during periods of heavy traffic, such as the submission of production funding applications.

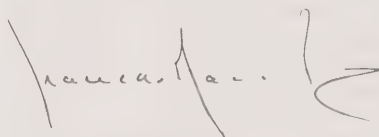
Outstanding Human Resources

Telefilm's human resources constitute its primary strength. They represent an absolutely exceptional wealth of experience, enthusiasm and dedication, which benefits the industry first and foremost, both at home and abroad. That said, we took concrete measures this year to officially acknowledge this fact. The Human Resources Division now reports to the Executive Director and is fully represented on the Corporation's Management Committee, thus enjoying the authority and capacity for action that are commensurate with its mission. This division is mandated to take the necessary steps to ensure that the Telefilm team develops its skills and versatility on an ongoing basis and to improve the quality and efficiency of the Corporation's human resources practices and policies.

Two members of Telefilm's Management Committee moved on this year: Suzan Ayscough, who was Director of Communications and Public Affairs, and Deborah Drisdell, formerly Director of International Relations. Jean Lefebvre, who headed the Festivals Bureau, took well-deserved retirement after a career devoted to the promotion of Canadian cinema.

It was my pleasure to welcome two new colleagues to the Management Committee: Stella Riggi, Director of Human Resources, and Danielle Dansereau, Director of Communications and Public Affairs.

I also want to thank the Chairman of the Board of Directors, Laurier L. Lapierre, O.C., Jeanine C. Beaubien, Vice-Chairperson of the Board, Elvira Sánchez de Malicki, Chairperson of the Audit and Finance Committee as well as the other members of the Board. My thanks go as well to the entire Telefilm Canada team.



François Macerola

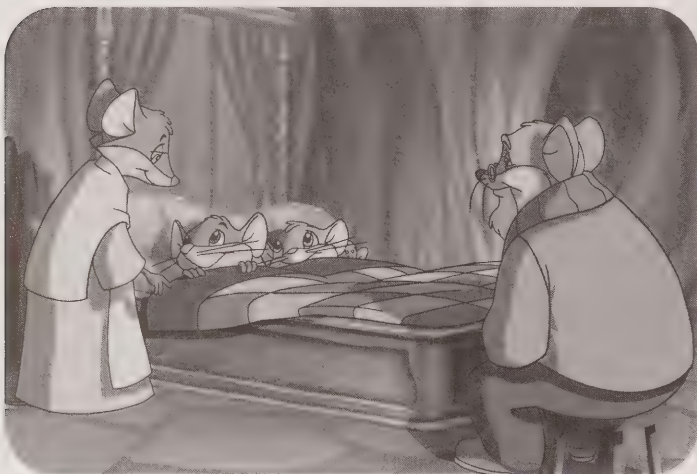
1999-2000 FROM COAST TO COAST

ATLANTIC REGION

FORTIER

d. François Gingras, Erik Canuel
Aetios Productions
Each week, more than 1,850,000 television viewers follow the adventures of psychologist Anne Fortier, member of an elite police squad which investigates unusual crimes. On occasion, the show has even managed to attract a weekly audience of more than 2 million.

In 1984-85, its first year of operations, Telefilm's office in Halifax allocated \$215,000 to projects with budgets totalling \$435,000. Since then, the Atlantic industry has grown considerably. In 1999-2000, the Corporation provided \$8.5 million for projects in that region, with total budgets of \$36 million. All genres were prominent in productions emanating from the four Atlantic provinces: in dramas, with *Made in Canada II*, a caustic series on the wonderfully wicked world of film and television; in children's programs, with *Eckhart*, an animated series that



ECKHART

d. James Miko, John Collins
Cellar Door Productions/
Catalyst Entertainment
Set in Prince Edward Island, this delightful animated series, co-produced with Hong Kong, has been sold to several countries and territories, including Africa, France, Germany, Italy, Poland, Portugal, Spain and the Middle East. The program will be broadcast on Teletoon in the fall

illustrates the many enchantments of Prince Edward Island through the eyes of a field mouse, and the French-language series *Lunatiques*, which takes its juvenile audience into a wacky futuristic universe; in documentaries such as *Porta White*, *Think on Me*, a portrait of the black classical songstress from Nova Scotia who conquered the world in the 1940s; in Aboriginal productions, with the deeply moving *Hebron Relocation*, a glimpse of life in a native community of the 1950s; and in multimedia, with *Earthmission Climate Change Strategy Game*, a computer simulation that allows teens to influence the factors that affect climate change and control Earth's destiny. Feature film activity in the region continues to blossom, with works by emerging talent such as *Rosemary House* (Violet) and *Andrea Dorfman* (Parsley Days). The Atlantic office also invested in future success with the creation of the Emerging Filmmakers Program, which provides funding for the production and completion of early professional works.

QUEBEC

Banking on excellence and innovation, the Quebec industry chalked up impressive hits in 1999-2000. Popular new drama series such as *Fortier* and *Gypsies*



drew loyal followings, the quality of returning series such as *Diva* and *Caserne 24* remained high, and new dramatic concepts like *2 Frères* and *La Vie, la Vie* made their appearance. Children's productions continued to delight young French-speaking audiences, with Telefilm's vital contribution helping to bring back programs like *Cornemuse* and *Le Retour des débrouillards* for another season. Documentaries experienced a boom with projects reflecting Quebec's culture and cultural diversity. These range from auteur documentaries (including *Barbeau libre comme l'art*) and documentary series (such as *Une Révolution tranquille*) to scientific works like *Anima* and *Oppression*. The office participated in a number of Quebec productions in English, such as *Heart: The Marilyn Bell Story* and *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story*. In film, the office maintained its support of seasoned directors (Charles Binamé and Pierre Falardeau), helped discover new talent like Michel Jetté (*Hochelaga*) and Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), and backed co-productions like *En vacances* and *The Favourite Game*. Finally, Quebec creators continued to shine in the multimedia arena with games and edutainment products, as seen in works like *Cosmic Cinema* and *Le Monde selon Hemingway* and the marketing of the CD-ROM series starring *Mia Mouse*. As for French-language production outside of Quebec, Telefilm supported a record number of projects across the country.

ONTARIO

In 1999-2000, the Ontario office invested in a wide variety of feature films. World-renowned theatre and film director Robert Lepage made his first English-language feature, *Possible Worlds*, based on John Mighton's stageplay; Clement Virgo directed his long-awaited second feature, *Love Come Down*, starring music sensation Deborah Cox; John Greyson completed his fourth feature *The Law of Enclosures* with Sarah Polley; and Colleen Murphy followed the international success of her first feature *Shoemaker* with *Desire*, a co-production with Germany. As for the previous year's investments, *The Five Senses*, *New Waterford Girl* and *eXistenZ* went on to make splashes at festivals around the world. Ontario's television industry remained at the forefront with dramas such as *Drop the Beat*, with its spotlight on emerging hip-hop stars plus an innovative and ground-breaking website, and part three of the *Anne of Green Gables* saga with the talented Megan Follows. Documentaries are always a key focus, and a number of projects including *Crimes of Honour* and *The Holier It Gets* received critical acclaim and took home awards. Among the many children's projects was the UK co-production of the classic *Watership Down*. On the multimedia front, the many projects financed include outstanding on-line sites for children. Telefilm financed two new offerings for the highly successful *Nikolai's Adventures* CD-ROM series as well as its global marketing campaign. *Monster By Mistake* is an interactive website based on the popular animated TV series of the same name. The office provided financing for the site and a marketing plan featuring interactive launch parties, a cross-media advertising campaign and merchandise partnerships for the site's e-commerce facility.



WESTERN REGION



This was a year of acclaim for the Western production industry. The controversial TV movie *Milgaard* and the drama series *Da Vinci's Inquest* took home Geminis, while other programs made in the West continued to score high audience ratings. Feature-length *Trial by Fire – A North of 60 Mystery*, for example, drew 1,087,000 viewers, while *Champions of the Wild III*, an ongoing series, recorded sales in 16 countries and territories. Western Aboriginal production made its mark with the enduring success of *Stories from the Seventh Fire*. This animated children's project racked up numerous awards and was selected and screened at such diverse events as the American Indian Film Festival in San Francisco and the Sami Film Festival in Finland. Support for emerging filmmakers continued to be a top priority, with contributions going to the debut features of four directors and development initiatives like the National Screen Institute's (NSI) Features First program. Reconfirming the pertinence of investments in first outings was Scott Smith's *Rollercoaster*, a hit on the film festival circuit. The Western office invested in two new titles for the popular *Buddy Brush* CD-ROM series, which, since its launch at the E³ market, has been licensed to seven international partners and signed for distribution by mass and specialty retailers in Canada and the United States. And as always, the Asia-Pacific Initiative Program continued to open doors to new alliances and opportunities for the entire Canadian industry.

CHAMPIONS OF THE WILD IV

Champions of the Wild IV is a continuation of the series that began with *Champions of the Wild I* in 1997. The series is a collaboration between the National Screen Institute (NSI) and the National Geographic Channel. It features a mix of live-action and animated footage, showcasing the lives of various animals in their natural habitats. The series is designed to educate and entertain, particularly for children. It has been well-received by audiences and critics alike, earning several awards and nominations. The series is a testament to the power of collaboration in the film and television industry.

POSSIBLE WORLDS

Possible Worlds is a feature film directed by Robert Lepage. It is a collaboration between the National Screen Institute (NSI) and the National Geographic Channel. The film is a mix of live-action and animated footage, showcasing the lives of various animals in their natural habitats. It is designed to educate and entertain, particularly for children. The film has been well-received by audiences and critics alike, earning several awards and nominations. It is a testament to the power of collaboration in the film and television industry.

UNFORGETTABLE CANADIAN STORIES AND IMAGES

Canadian Portraits

This year's production features a striking array of portraits of famous Canadians. From Northrop Frye, one of Canada's greatest minds, to Sylvie Fréchette, 1994 Olympic gold medalist, and Louise Arbour, chief prosecutor of the International Criminal Tribunal for the former Yugoslavia and Rwanda, the list of those portrayed by Canadian directors includes comedians Leslie Nielsen and Mary Walsh, politician Jean Drapeau, crusader Henry Morgentaler, philosopher Marshall McLuhan, Winnipeg author and feminist Nellie McClung, painter Marcel Barbeau, famed hockey players Manon Rhéaume and the Esposito brothers and finance mogul Ted Rogers. Also profiled are Dr. Lucille Teasdale, who worked for more than 30 years in Uganda, champion swimmer Marilyn Bell and Canadian actor and writer William Shatner, *Star Trek's* unforgettable Captain Kirk.

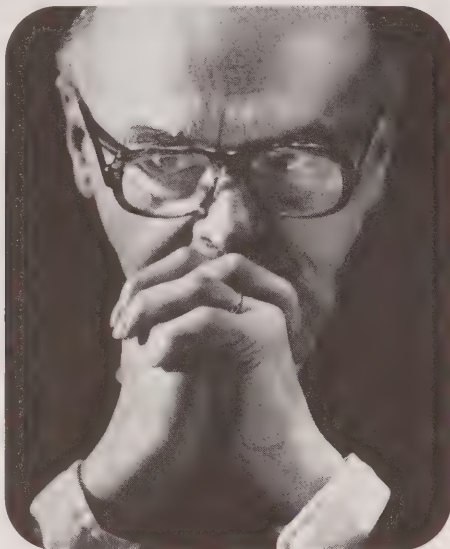
LOVE COME DOWN

d. Clement Virgo

Conquering Lion Pictures/
The Film Works

Award-winning director

Clement Virgo's latest feature is a gripping tale of two brothers, one white, one black, who have served as one another's keeper since their family was tragically torn apart a decade earlier.



EN QUÊTE DE JEAN DRAPEAU

d. Daniel Creusot

Productions Sovimage inc

This three-hour documentary looks at the man who transformed Montréal into a truly international city. Broadcast on Radio-Canada shortly after the celebrated mayor's death, *En quête de Jean Drapeau* was unanimously praised by the critics for its importance and relevance.

History Rich in Events and Characters

History, be it Canadian or other, is a source of fascination for creators and audiences alike. It is dealt with in *Flightpath*, chronicling important moments in Canadian aviation; *Island of Shadows*, on the tragic destiny of Chinese lepers on Île d'Arcy (1891-1924); *Camp X*, North America's first training camp for spies, in the Maritimes; *Anticosti au temps des Menier*, a page from the history of a mythical island; and *Out of the Fire*, in which a Jewish photographer who escaped the death camps and has lived in Canada for 50 years finally tells her story. History is also at the heart of Pierre Falardeau's feature film *15 février 1839* and of *Un pacte, un pays*, a CD-ROM production. Occasionally it recounts daily battle, such as that of JoAnn Mayew, whose struggle for human rights cost her seven years in prison.

Land of Diversity

Canada is a multicultural nation in which the voices of many communities are heard. In *The Saint Soldier* we meet Vancouver's Sikh community, the largest such group outside of India. A *Scattering of Seeds: The Creation of Canada III* salutes the unknown immigrants who chose Canada as a land of new opportunity for their families. In the feature film *Love Come Down*, director Clement Virgo turns again to the black community with the story of two brothers, one white, the other black. At times the face of multiculturalism is that of people seeking their roots, seen in moving reunions with landscapes, families and culture filmed by Canadian crews. Or it may be a fresh perception, such as the look at young Canadians that Jon Einarsson Gustafsson, who came here from Iceland in 1997, delivers in his feature film *Kanadiana*.

Saluting La Francophonie

1999 was the Year of La Francophonie, a fascinating subject that inspired Canadian filmmakers to produce a variety of works on the evolution of French-speaking peoples throughout North America – in Acadia, Manitoba, Ontario, Louisiana, the Northwest Territories and the Yukon – and on the challenges that market globalization presents for Francophones on this continent.

Aboriginal Peoples in the Spotlight

With support from APTN, the national Aboriginal television network, and the Canadian Television Fund, Aboriginal creators are increasingly expressing their culture in English, French and their native languages. The Inuit are featured in *Kikkik*, reconstructing the events that led to the end of their nomadic way of life, and in *Inuit Piquisingit*, which demonstrates their past and present means of survival. *l'tusto: To Rise Again* focuses on the Namgis Band in British Columbia, illustrating the role of community centres in the Aboriginal way of life, while *The Fairy Faith* reveals the exuberant spiritual world of the Cape Breton Mi'kmaq. In other works we discover legends of the circumpolar peoples, the struggle of a woman fighting for Aboriginal pride after her son's suicide, an investigation of Canada's 50 Aboriginal languages, some of which are on the brink of extinction, and communities such as the Sto:lo people, whose ancestral lands in British Columbia have been sectioned by a highway.



Topical Themes

This year's bill of fare also includes topical subjects such as ecology, the brain drain, parent-children relationships, gambling addiction, life in the city, education, the criminal mentality, police forces, the war on drugs, the role of the media, our fascination with new technology, the future of the human race and exciting works like *Cod: A Biography of a Fish that Changed the World*, which recounts a millennium of human life, and *Insectia – Le jeu*, a CD-ROM dealing with the environment. Feature filmmakers, for their part, turned the camera on the human condition with sometimes caustic, sometimes hilarious results.

Windows on the World

Canadian creators are open to the world, this year bringing a Canadian perspective to bear on the children of Romania, Pinochet's Chile, Cuban boxing champions, women in the African workplace, Tamil immigration, the Mayas of Mexico, animal rights activists around the world and universal characters, not least of which Santa Claus. Under the theme "Tomorrow's peace begins with today's friendships," *La Danse des enfants* moves to the rhythm of fifteen dance troupes from a dozen countries gathered in Beauport, near Quebec City, to celebrate the new millennium. Elsewhere, the search for solutions to global problems led directors to compare Canada's worldview to that of experts from Brazil, India, the United States, Hong Kong and Russia.

For further information on the most recent Canadian productions, see Telefilm Canada's television, feature film and multimedia catalogues.

KIKKIT

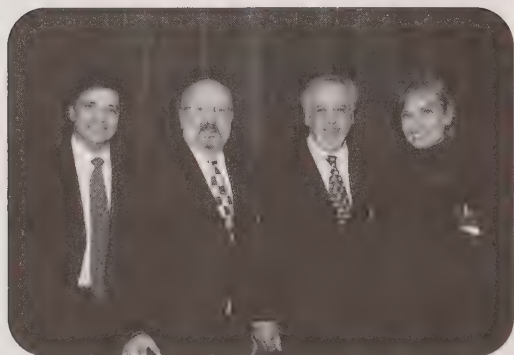
In 1958, as famine strikes the Inuit of Canada's Central Arctic, Kikkik is charged with murder and criminal negligence. This docudrama recreates her trial and follows her surviving children, now in their fifties, as they recall the events that effectively ended the Inuits' nomadic life.



DOCUMENTARY IMMERSION WORKSHOP -

PARIS, NOVEMBER 1999

Twenty-eight Canadian producers met more than 50 French industry players, among them the leading documentary directors, producers, television broadcasters and distributors



RECEPTION MARKING THE 50TH ANNIVERSARY OF THE BERLIN FILM FESTIVAL, FEBRUARY 14, 2000

Alexander Thies, Executive Director of Neue Produktion GmbH, and Gabriela Pfäendner, Executive Director of Neue FilmproduktionTV GmbH, producers of the Canada-Germany co-production *Bonhoeffer*, a feature which received its world premiere that evening. Also pictured are Pat Ferns, President and CEO of the Banff Television Festival, and François Macerola



CANADA-FRANCE MIXED COMMISSION IN MONTRÉAL, JANUARY 2000

Deborah Drisdell, former Director of International Relations, Telefilm Canada, Jean-Pierre Hoss, Centre national de la cinématographie (CNC), François Macerola, Executive Director, Telefilm Canada, and Michel Romand-Monnier (CNC)

WORLD PREMIERE OF THE TELEVISION MOVIE *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story* AT THE NATIONAL ARTS CENTRE, OTTAWA, MARCH 15, 2000



Marina Orsini, actress, Dr. Piero Corti, Lucille Teasdale's husband, and Dominique Corti, their daughter



Laurier L. LaPierre, O.C., Chairman of Telefilm Canada, and the Honourable Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage



His Excellency André Jacquet, South African High Commissioner in Canada, Madame Aline Chrétien and Laurier L. LaPierre, O.C.



Stardom, CLOSING FILM AT THE CANNES FILM FESTIVAL, JUNE 21, 2000

François Macerola, Denise Robert, producer, Cinémaginaire, Denis Arcand, the film's director, Jessica Paré, actress, and Laurier L. LaPierre, O.C.



BANFF TELEVISION FESTIVAL, JUNE 2000

Greg Coyes, Aboriginal Jury President congratulates Doug Cuthand, winner of the Telefilm Canada/APTN award for best Aboriginal production in English or French for his film *Circle of Voices*



SCREENING OF Stardom AT RIDEAU HALL, OTTAWA, JUNE 8, 2000

François Macerola, Jessica Paré, and others, their Excellencies John Ralston Saul and Adrienne Clarkson, Governor-General of Canada, Denis Arcand, the film's director, the Honourable Sheila Copps, Minister of Canadian Heritage and Laurier L. LaPierre, O.C.



TELEFILM CANADA'S UMBRELLA STAND AT MIPCOM

During the year, some 70 companies participated in a Telefilm Canada stand at international markets, including MIPCOM at Cannes

THE ACADEMY OF CANADIAN FILM AND TELEVISION'S ANNUAL GOLF TOURNAMENT, HEADED BY HONORARY CO-CHAIRMEN FRANÇOIS MACEROLA AND DANIEL LAMARRE, JUNE 22, 2000 THE TOURNAMENT WAS HELD TO BENEFIT THE ACADEMY AND STUDENTS OF THE INIS

From left to right: François Macerola, Michel Trudel, President - Locations Michel Trudel inc., Mel Hoppenheim, President - Mel's Cité du Cinéma, André Bureau, Chairman - Astral Communications, Louis-Georges Girard, actor, Pierre Roy, CEO - Les Chaînes Télé Astral, Louise Spickler, Executive Director of the INIS (Institut national de l'image et du son)



COMMITMENTS: \$160.7 MILLION

Support for activities in the Canadian film, television and multimedia sector

Telefilm Canada's commitments are contracts signed between the Corporation and Canadian private-sector companies for production, development, distribution, marketing, versioning, promotion, industrial development and professional training activities, including related administrative expenses.

In 1999-2000, these commitments amounted to \$160.7 million, which compares to \$172.4 million the previous year.

The decline is related in large part to the fact that the Licence Fee Program of the Canadian Television Fund administered its portion (\$7.5 million) of the CTF feature film envelope this year. Previously, this amount was administered by Telefilm. Commitments through the Feature Film Fund were also down (by \$4 million), a circumstantial result due to industry production cycles.

It should be noted that, depending on production schedules, the disbursements related to Telefilm commitments may be spread over more than one fiscal year. Thus, \$31 million of the \$160.7 million committed in 1999-2000 will be paid out during the next fiscal year.

Administrative Expenses

Administrative expenses amounted to \$15.1 million, representing 9.3% of the year's commitments. The Corporation views this percentage as a healthy performance, particularly as Telefilm administers five offices providing a wide range of customized services to its clients, manages fifteen different funds and programs tailored to industry needs in all regions and operates with a national and international mandate. Telefilm's activities and services constitute true added value for the Canadian industry, as attested by the industry's continued growth. It bears noting that administrative expenses are lower than in the early 1990s, when they stood at close to 12%.

As indicated with the twin asterisks on the 1999-2000 Commitments table, which appears on the next page, the relocation of Telefilm Canada's headquarters in November 1999 occasioned a one-time expense of \$1,958,000. In order to move to premises offering long-term savings, Telefilm was forced to sublet its previous offices at a reduced price. It should be noted that this move will save more than \$700,000 annually for the duration of the current lease. These savings will be reflected in the administrative expenses of future fiscal years.

A Unique Model

Telefilm's model is unique in Canada and includes a national and international mandate. The administrative expenses for the activities and services provided by the Corporation to the industry in fiscal 1999-2000 amounted to \$15.1 million. During the same period, the Corporation's receipts deriving from its investments were far superior, totalling in excess of \$24 million. This amount was entirely reinvested in the industry. The receipts thus largely surpass Telefilm's administrative expenses and translate into increased productivity in the audiovisual sector.

TELEFILM CANADA'S COMMITMENT CAPACITY

Federal Government Contribution

Telefilm Canada's commitment capacity derives in large part from the federal government, as follows:

- A parliamentary appropriation of \$78.7 million
- Contributions from the Department of Canadian Heritage totalling \$58 million, including \$49.8 million for the Equity Investment Program of the Canadian Television Fund, \$5.8 million for the Multimedia Fund and \$2.4 million for national training schools

Receipts from Financial Participation

Recouped amounts deriving from Telefilm's financial participation exceeded \$24 million in 1999-2000. The Corporation's receipts contribute to the diversity of Telefilm support and the vitality of the Canadian industry. They are reinvested in the industry, permitting Telefilm to provide additional assistance for production and related activities. Every dollar of Telefilm's production investments translates into four dollars of production activity. Consequently, the receipts reinvested in production this year – \$17 million of the total \$24 million – represent in excess of \$60 million in additional production volume.

N.B.

The tables appearing herein refer to commitments made by Telefilm Canada in fiscal 1999-2000, i.e. to contracts signed by the Corporation.

Figures are rounded to facilitate consultation; however, the totals correspond to the full amounts.

1999-2000 COMMITMENTS

| | Commitments for New Projects | Amendments to Commitments from Previous Years* | Total |
|--|---------------------------------|--|--------------|
| CTF – EQUITY INVESTMENT PROGRAM | | | |
| Production | 92.5 | -0.2 | 92.3 |
| Development | 3.8 | 0.4 | 4.2 |
| Total | 96.3 | 0.2 | 96.5 |
| FEATURE FILM FUND | | | |
| Production | 14.1 | 0.4 | 14.5 |
| Development | 1.6 | 0.6 | 2.2 |
| Total | 15.7 | 1.0 | 16.7 |
| PRODUCTION REVENUE SHARING PROGRAM | 1.5 | 0.5 | 2.0 |
| COMMERCIAL PRODUCTION FUND | 0.0 | -0.2 | -0.2 |
| MULTIMEDIA FUND | 5.9 | 0.0 | 5.9 |
| OFFICIAL CO-PRODUCTIONS (MINI-TREATIES) | 1.3 | 0.0 | 1.3 |
| VERSIONING ASSISTANCE FUND | 2.1 | 0.0 | 2.1 |
| FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND | 10.2 | 0.7 | 10.9 |
| OTHER FINANCING ASSISTANCE | | | |
| Regular Fund – Production and development | 0.4 | 0.0 | 0.4 |
| National marketing | 0.8 | 0.0 | 0.8 |
| International marketing | 0.5 | 0.0 | 0.5 |
| Participation in markets | 0.8 | 0.0 | 0.8 |
| Participation in foreign festivals | 0.5 | 0.0 | 0.5 |
| Grants to Canadian festivals | 1.4 | 0.5 | 1.9 |
| Industrial and professional development | 1.9 | 0.2 | 2.1 |
| Professional development – Training schools | 1.9 | 0.9 | 2.8 |
| Other forms of assistance | 0.6 | 0.0 | 0.6 |
| Total | 8.8 | 1.6 | 10.4 |
| ADMINISTRATIVE EXPENSES** | 0.0 | 0.0 | 15.1 |
| TOTAL | 141.8 | 3.8 | 160.7 |

* Includes increases and decreases in commitments from previous years
** Excludes expenses related to the Canadian Television Fund's Board of Directors and the loss on the operating lease

Note: Results of additions do not always correspond to totals due to rounding

HIGHLIGHTS



TELEFILM CANADA: AN ACTIVE FORCE IN CANADIAN CULTURAL POLICY

Telefilm works in conjunction with all facets of the audiovisual community to ensure that the industry evolves in an environment favourable to the creation of diverse, culturally significant products.

In Canada, providing creative talents with the opportunity to express themselves and reach the public depends on a complex, dynamic system comprising an industry that produces Canadian content, a huge broadcasting system, and regulatory and financing agencies that demonstrate a political will to support Canadian content.

As a Crown corporation and partner to the industry, Telefilm Canada played an active role in developing public financing policy in 1999-2000, in particular with a view to a future national policy for feature films.



MADE IN CANADA II

d. Various
Salter Street Films Ltd.
Winner of the 2000 Gemini
Award for Best Comedy Series,
this biting satire offers an unforgiving look at the dog-eat-dog
film and television industry
while poking fun at the chaotic
world of office politics.

Television, Feature Films and Multimedia

In 1999, Telefilm Canada took part in the Canadian Television Fund consultations and participated in defining the Fund's 2000-01 guidelines. As the previous years had been fruitful in many respects, continuity was desirable, notably with respect to Canadian content requirements. However, in response to the industry's wishes, the CTF aimed for increased transparency, took broadcaster priorities into greater account and relaxed requirements for certain types of production such as documentaries, Aboriginal-language works, and co-productions; it further established incentives for SMBs, regional production and production in linguistic minority situations.

Although the creation of a new feature film fund was put on hold this year, Telefilm has continued to work on this priority dossier in collaboration with the industry and the Department of Canadian Heritage. A Telefilm Canada task force was mandated to develop a new financing model for feature films that would be more market-oriented and encourage boldness and performance. At the same time, the Corporation made optimal use of its available resources, resulting in high-quality projects and enhanced support for emerging talents, SMBs and the international activities of Canadian companies.

In Touch with the Industry

Telefilm pays close heed to the audiovisual community. The Corporation's offices are in daily contact with the industry, and its five-year business plan, like its regional business plans, is grounded in their knowledge of the industry's financial, strategic and promotional needs. As well, Telefilm works in co-operation with industry associations such as the Canadian Film and Television Production Association, the Association des producteurs de films et de télévision du Québec, the Canadian Association of Film Distributors and Exporters and IMPAC, the new national multimedia association.

The Multimedia Fund, created in 1998, is crucial for an industry poised on the leading edge of new technology. In fiscal 1999-2000, the Department commissioned a study on the Fund's impact and performance, while Telefilm continued to work with the Fund's advisory committee and formed its own internal working group to gain a better understanding of multimedia market trends. The Corporation will take part in the statutory assessment of the Fund scheduled for 2000-2001. The Multimedia Fund can be expected to evolve over the course of the coming year, particularly as regards the financing instruments it offers the industry and the relative importance of the support it allocates to development, production and marketing.

Interventions at CRTC Hearings

Telefilm intervenes regularly at hearings held by the Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC). In June 1999, the Corporation welcomed the CRTC's new broadcasting policy as a firm commitment to Canadian content, the CRTC having decided, among other things, to include regionally produced programs in the priority

FOR A NEW FEATURE FILM POLICY Encouraging Market Focus and Daring

Telefilm and the Department of Canadian Heritage have developed the basis for a new feature film policy. Five goals have been identified:

- that Canadian cinema reach a broader audience, first domestically, then internationally
- that Canadian production be of the highest quality, culturally significant for Canadians and appealing to moviegoers around the world
- that production be increased to enable Canadian filmmakers to develop continuity in their work and to ensure a critical mass of Canadian films on Canadian screens
- that policies and programs encourage performance in the form of cultural and commercial success
- that new talent receive effective support and successfully position itself in a knowledge-based environment

program category and to encourage an increase in Canadian drama in peak programming hours. Telefilm had recommended that the CRTC maintain its broadcaster requirements, notably with respect to primetime viewing and drama, documentary and feature film programming.

In its submissions to the CRTC in 1999-2000, Telefilm focused on the need to encourage broadcaster support for regional production, Canadian cinema, cultural diversity, communities in linguistic minority situations and Aboriginal communities. The Corporation's interventions also emphasized the question of product availability in all regions and the growth of Canadian content in new technologies, including the Internet.

The International Scene: Expertise to Share

As a government agency of a nation that has taken a firm stand in favour of cultural diversity and signed co-production agreements with 55 countries, Telefilm Canada enjoys considerable international prestige. Canadian and foreign organizations and professionals frequently call upon its unique international expertise, and the Corporation plays an important role in regard to the international strategies of Canadian SMBs. The Corporation further acts as a development agent in audiovisual relations with Europe, Asia and the Spanish-speaking countries.

The export of Canadian cultural products is a federal government priority, and Telefilm works to this end with other federal and provincial agencies and with departments such as Industry Canada and Foreign Affairs and International Trade.



PRODUCTION AND DEVELOPMENT

An Outstanding Year

Canada's 1999-2000 production offers a fascinating, kaleidoscopic vision – sometimes sombre, sometimes bright – of modern urban life, characters in whom we recognize ourselves, excursions into a multi-faceted past, bold voyages into the heart of science and the future, and all the signs of humankind in ceaseless pursuit of happiness, recognition, achievement and justice.



To journey into Canadian television programs, feature films and multimedia products is to explore familiar and unknown lands, to go to the heart of human adventure as seen, expressed and interpreted by talented Canadians, be they from Moncton, Halifax, Saint John's, Montréal, Ottawa, Toronto, Winnipeg, Regina, Calgary, Vancouver or Nunavut.

These are the highlights of an outstanding year of bountiful creativity.

A New Record – 644 Television, Feature Film and Multimedia Projects

Fiscal 1999-2000 constitutes a record year in terms of television, cinematic and multimedia creation: 644 production and development projects were undertaken, compared to 503 in 1996-97, 506 in 1997-98 and 588 in 1998-99.

The entire industry – television, film and multimedia – was remarkably dynamic, proposing high-quality projects with varied Canadian content and broad audience appeal.

Telefilm Provides 24% of Budgets

The number of projects increased in both production and development. Telefilm supported 290 production projects and 354 development projects, with budgets totalling \$504 million. The Corporation's \$121-million contribution accounted for 24% of these costs.

The year's production generated close to 16,000 direct and indirect jobs across the country. Some 475 companies, most of them SMBs, enjoyed Telefilm's financial support.

Linguistic and Regional Breakdown: Positive Results

Telefilm provided equitable support for production in both official languages, as shown in the following table. The Corporation gives particular consideration to production in linguistic minority situations. This year it assisted 58 such projects with a contribution in excess of \$11 million, representing 9% of its production and development resources.

The mandate of the CTF also enables the Corporation to play an important role in respect to Aboriginal-language production. The works made this year give voice to fifteen different Aboriginal

**MACK SENNETT,
ROI DU COMIQUE**

This documentary examines the life of Quebec-born Mack Sennett, the early-20th-century pioneer of silent screen comedy who helped shape the American film industry. The program premiered at the Rendez-vous du cinéma québécois and was also screened at the Festival International du Film sur l'Art (FIFA) in Montréal.

DROP THE BEAT

A showcase for hip-hop music and culture, this drama tells the story of Dennis and Jeff, a couple of twentysomethings, who face the challenge of making it in the radio show business.

THE LIFE AND TIMES OF DR. HENRY MORGENTALER

d. Audrey Mehler
David Paperny Films Inc.
One of Canada's most controversial figures, Dr. Henry Morgentaler embarked on an ultimately successful crusade to change Canada's abortion laws. The program won the award for Best Biography at the 2000 Hot Docs Festival in Toronto.

languages, including Innu, Inuktitut, Dene, Ojibway, Cree, Oji-Cree, Kaska and Kwakwaka'wakw.

The portion of Telefilm resources devoted to regional projects – those from cities other than Montréal or Toronto – has grown steadily over the past four years, reaching 34% in 1999-2000. Of note is an increase in activity in British Columbia, Manitoba, the North and Prince Edward Island.

Development and Production

Linguistic Breakdown

| | |
|----------------------------------|-------|
| Projects in English | 65.6% |
| Projects in French | 32.7% |
| Projects in Aboriginal languages | 1.7% |

Regional Breakdown

| | |
|-----------------|-------|
| Quebec | 36.8% |
| Ontario | 31.3% |
| Western region | 24.5% |
| Atlantic region | 7.4% |

Telefilm participation in projects from British Columbia reached a record high, totalling \$20.2 million, or 17.3% of all production and development resources. Audiovisual activity was also prolific in Manitoba, where the Corporation's contribution nearly tripled due to drama series such as *The Adventures of Shirley Holmes* and several major documentary projects, including the *Francophonies d'Amérique* series.



HEBRON RELOCATION

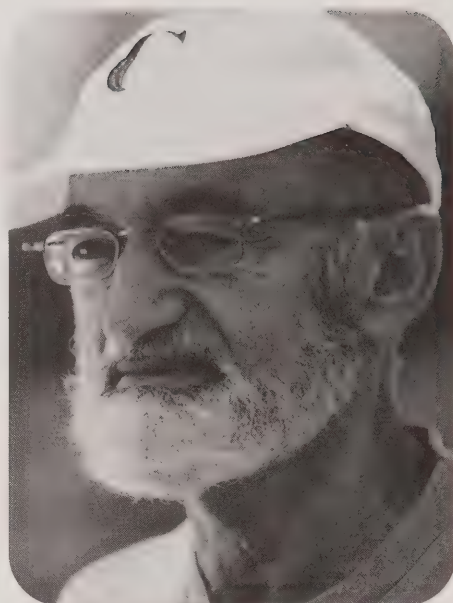
d. Fran Williams
Okalakatiget Society
This documentary about the Inuit of northern Labrador is the first Aboriginal production from Atlantic Canada. It will be aired on the Aboriginal Peoples Television Network in the fall.

Production and Development Funds Canadian Television Fund – Equity Investment Program (\$96.5 million)

The CTF is a public-private partnership created in 1996 by the Canadian government and the cable industry. Telefilm administers the Fund's Equity Investment Program, which provides support for the television and feature film industry, including projects in Aboriginal languages.

Feature Film Fund (\$16.7 million)

Created in 1986, this fund supports the production and development of feature films for theatrical release made in English and French.



Multimedia Fund (\$4.3 million*)

Created in 1998, this fund provides support for the development, production and marketing of educational, educational and entertainment multimedia products designed for the general public (* this amount excludes marketing projects).

Added Development Assistance for SMBs

In 1999-2000, Telefilm allocated \$9 million to the development and writing of new projects, nearly 8% of the year's production and development resources. These activities ensure the ongoing renewal of Canadian content for television, movie theatres and new media products. In June 1999, Telefilm announced that its development resources were to be reserved exclusively for SMBs.

In announcing this, François Macerola said, "Small and medium-sized businesses are the cornerstone of the Canadian industry. They constitute more than 90% of Telefilm's clientele, and it bears remembering that the companies now publicly traded were SMBs not so long ago. Development is a high-risk activity. Our initiative will make more substantial resources available to more SMBs."

Telefilm Canada further partners with creators through:

- mini-treaties with France (\$1.3 million), in the form of resources for feature film and animation co-productions and television development;
- the Regular Fund (\$400,000), which mainly supports low-budget regional production;
- and the Production Revenue Sharing Program (\$2 million), available to SMBs for both development and production.

46 New Titles for Movie Theatres

Feature films are exemplary of Canadian creativity, and Telefilm Canada provides substantial support for such endeavours through five different funds and programs, among them the CTF's Equity Investment Program and the Feature Film Fund. This year the Corporation supported the production of 46 features, contributing \$22.6 million to their overall budgets of \$131 million.

The average budget of this year's projects was \$1.9 million, excluding the foreign share of Canadian minority co-productions.

The Corporation devoted 60% of its feature film resources to projects in English and 40% to projects in French from all regions of the country.

The 1999-2000 feature film line-up includes well-known directors such as Robert Lepage, Charles Binamé, John Greyson, Anne Wheeler, Pierre Falardeau and Robert Favreau.

Also back, after notable first-film debuts, were Clement Virgo, Denis Villeneuve, Arto Paragamian, Gabriel Pelletier, Denise Filiatrault and John Fawcett.

Out in force with first features were new names to watch for in future: Rosemary House (Newfoundland), Andrea Dorfman (Nova Scotia), Pierre Gréco (Montréal), Jon Einarsson Gustafsson (Winnipeg), Leonard Farlinger (Toronto), Arne Olsen (Vancouver) and many more.

NATIONAL AND INTERNATIONAL PROMOTION OF CANADA'S INDUSTRY AND PRODUCTS

Telefilm Canada helps to expand audiences for Canadian products at home and abroad. The Corporation also encourages the Canadian industry's international partnerships, which open new markets. A variety of funds, programs and communications activities serve to effectively carry out Telefilm's mandate to promote Canada's film, television and multimedia industry. Close to \$20 million was allocated for this purpose in 1999-2000.



Feature Film Distribution Fund (\$10.9 million)

This fund is intended primarily for recognized Canadian distributors and provides assistance for the acquisition of distribution rights to Canadian feature films and related marketing activities.

Versioning Fund (\$2.1 million)

This fund serves to expand access to Canadian works by making them available in both official languages on television and in theatrical release.

Versioning

Forty-nine productions were versioned in one or other official language; 76% of the allocated amount went to versioning in French and 24% to versioning in English. Overall, 83% of commitments served to version television programs.

Canadian Production Marketing Assistance Fund (\$1.3 million)

This fund has a national component (test marketing, product launch, advertising and promotion) and an international component (promotional campaigns, ads in trade publications, marketing at markets, etc.).

Multimedia Fund – Marketing Component (\$1.6 million)

As previously mentioned, this fund has three components: production, development and marketing.

Canada Showcase (\$1.9 million)

Telefilm supports close to 30 Canadian festivals. All of these events include extensive Canadian programming, and several organize market activities and international forums.

Market Participation (\$800,000)

Telefilm took part in nine international television, film and multimedia markets held in France, the United States and Canada.

LAURA CADIEUX...LA SUITE (LAURA IS BACK) [Denise]

Having earned more than \$1.4 million at the box office, this film by well-known actress-director Denise Filiatrault is the sequel to her hugely popular first feature, which was also based on Michel Tremblay's play *C't'è ton tour* Laura Cadieux

THE SAINT SOLDIER

Vancouver is home to the largest...
Several Vancouver...
and explores the challenge they face in preserving their identity



**THE OLD MAN AND THE SEA /
LE VIEIL HOMME ET LA MER**

d. Alexander Petrov

Productions Pascal Blais

Based on Ernest Hemingway's celebrated tale *The Old Man and the Sea*, this stunning film has won a dozen prestigious prizes, including the 2000 Academy Award for Best Animated Short and the award for Best Film in IMAX 2D. The film consists of some 29,000 illustrations hand-painted in oil.

International Festivals (\$500,000)

The Corporation provides logistical and promotional support for the Canadian presence at international festivals. Telefilm maintains contacts with some 200 festivals in other countries.

Other forms of support (\$600,000)

Publications, events organization, promotion at festivals and markets, Telefilm's website and other activities help raise the Canadian industry's profile.

Marketing

Through the Marketing Assistance Fund, Telefilm provided \$800,000 for product marketing in Canada and \$500,000 for international marketing. The Multimedia Fund includes a marketing component (\$1.6 million this year), and the Feature Film Distribution Fund supports the marketing of Canadian feature films (\$3 million this year).



**DR. LUCILLE: THE LUCILLE
TEASDALE STORY**

d. Georges Mihaika

TVA International IV Inc.

Co-produced with South Africa

This television movie, which has been sold to some 15 countries, tells the remarkable story of Canadian doctor Lucille Teasdale. The film's premiere in Canada and Italy coincided with the launch of a fundraising campaign to benefit the Lucille Teasdale and Piero Corti Foundation.

Communications

Telefilm helps to raise industry visibility through publications – production catalogues, co-production and foreign industry guides, bulletins and directories – and ad campaigns at major markets and festivals. The Corporation also supports industry publications and events and helps to organize screenings for members of Parliament and foreign dignitaries in Ottawa, such as the presentation of *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story* in March 2000.

**TRAINING AND PROFESSIONAL
DEVELOPMENT**

The long-term success of the industry depends not only on its capacity to produce and market high-quality products but also on the efforts that go to ensure ongoing professional development for its members and solid training for newcomers. The industry operates in a competitive, constantly changing environment, where knowledge is the key to performance.

Over the course of the year, Telefilm committed \$4.9 million in support of training and development throughout the country, compared to \$2.3 million the previous year.

Telefilm expanded the Industrial and Professional Development Fund, where commitments rose from \$1.1 million to \$2.1 million to support forums and training, professional development, research and promotional activities. The Department of Canadian Heritage increased the resources of the National Training Program in the Film and Video Sector, administered by Telefilm, enabling the Corporation to allocate \$2.8 million to national training schools, compared to \$1.2 million in 1998-99.

**Support for Over 50 Institutions, Associations
and Organizations**

The beneficiaries of these resources include four national professional training schools – Institut national de l'image et du son (Montréal), Canadian Film Centre (Toronto), National Screen Institute (Edmonton and Winnipeg) and the Canadian Screen Training Centre (Ottawa) – and close to fifty associations, festivals and cultural organizations, such as the Academy of Canadian Cinema and Television, the Alliance for Children and Television, Media-Jeune, Praxis Film Development Workshops, Aboriginal Visions and Voices, the Banff Centre for Media and Visual Arts, Hot Docs, the New Brunswick Filmmakers Co-op and Women in Film and Television/Femmes du film et de la télévision.

Outstanding Events

Two events bear particular mention. The Aboriginal Training Tour gave Aboriginal participants in a dozen Northern cities the opportunity to develop their audiovisual production skills, and an Immersion Workshop enabled French-speaking professionals from linguistic minority situations to meet with Montréal's French-language broadcasters. A first in Canada, this workshop was organized with the

Department of Canadian Heritage and the new Alliance des producteurs francophones du Canada to stimulate production in French outside of Quebec and facilitate its broadcast.

Programs for Newcomers

In fiscal 1999-2000, Telefilm contributed to developing new talent by means of various programs, several of which are administered jointly with other organizations. Among them are Drama Prize, Kick Start and Features First in the West; the Emerging Filmmakers Program in the Atlantic region; INIS scholarships in Montréal; and the Feature Film Project in Toronto. These initiatives benefited some twenty young producers, screenwriters and directors – names sure to be in lights in the near future!



INTERNATIONAL RELATIONS

A New Synergy for the New Millennium

1999-2000 saw major restructuring for the International Relations Division in order to ensure maximum synergy among the team's three main areas of activity: festival and markets, co-productions and the European office in Paris.

This restructuring responds to a new reality. The past three years have seen a substantial increase in the volume of Canadian activities in the international arena and a growing demand for International Relations expertise. The revamped framework underlines an ongoing commitment to develop a global international vision while consistently improving industry services, particularly for small and medium-sized companies.

International Co-productions

To date, 47 co-production agreements have been signed with 55 countries, including one new accord signed with Austria in 1999-2000. Co-production is a means to develop both moving and highly entertaining projects, as seen in such titles as *Dr. Lucille: The Lucille Teasdale Story*, *Stardom* and *The Worst Witch III*.

Telefilm is extremely proud that two Canadian co-productions, François Girard's *The Red Violin* and Alexander Petrov's *The Old Man and the Sea*, took home Oscars in March 2000.

Through a variety of initiatives, such as the mixed commissions with co-producing countries, Telefilm ensures that agreements are updated as needed to reflect industry developments. A mixed commission with France was held in January 2000 in Montréal, and Canada-France technical commission meetings will now take place on a semi-annual basis. We can look forward to an increase in the number of co-productions and the diversification of Canada-France relations to include multimedia ventures.

Certification of 100 Co-productions: Budgets in Excess of \$715 Million

This year, the Co-production Department certified 100 co-production projects representing total production budgets of more than \$715 million. Of these, 76 were television programs and 24 were feature films. France and the United Kingdom are Canada's leading co-production partners. Although the majority of Canadian co-productions are made with European countries, new partnerships are increasingly being forged with Asia. This year's projects involved 19 countries, including Germany, China, South Africa, Ireland, Australia and Hong Kong. Of special note is the marked increase in animation co-productions, which, with 51 projects, account for more than 50% of the year's co-production activity.



Telefilm Allocates \$9.8 Million to Co-productions

Each year, in addition to its certification responsibilities, Telefilm invests in a number of co-productions of particular cultural interest. In 1999-2000, the Corporation committed approximately \$9.8 million to the production of 28 such projects. As well, close to \$200,000 went to five co-production development projects, including three with France through the mini-treaty and two with the United Kingdom under the English-Language Cinema Plan.

THE HOLIER IT GETS

d Jennifer Baichwa
Requisite Productions
Four adult siblings journey to the Indian Himalayas to disperse their father's ashes. First broadcast on TVOntario in April, this documentary won the awards for Best Independent Canadian Film and Best Cultural Film at the 2000 Hot Docs Festival in Toronto.

EN VACANCES

d Yves Hanchar
Productions EGM
Fams des Journées
First released in France, this Canada-France co-production feature by acclaimed French director Yves Hanchar tells the story of three families who, over the course of 10 years, spend their annual summer vacations together

Focus on SMB International Development

Fiscal 1999-2000 saw a number of initiatives in this area:

- Costs for SMBs using the Telefilm stand at European markets were reduced.
- The International Marketing program was reserved for SMBs.
- The Vancouver office co-ordinated SMB participation at the International Film Financing Conference (IFFCON) in San Francisco, an event that offers excellent promotional opportunities with Canadian, American, European and Asian buyers.
- The Atlantic office financed the Strategic Partners co-production conference at the Atlantic Film Festival to foster business relations between SMBs and Nordic countries.
- SMBs from all regions of the country took part in the Documentary Immersion Workshop organized in Paris by the European office.

LUNATIQUES

d. Chris Le Blanc and Paul Bossé
Productions Des Astres inc
In this children's series set in the future, humans have colonized Mars. However, Phobos, the Martian moon, knows nothing about humans. It's up to Luna, whose mission it is to preserve life, to help Phobos understand humans, their contradictions, their behaviour... in short, to understand life.

International Markets

Telefilm participated in nine markets in 1999-2000. Canada is a leading player at each of these events.

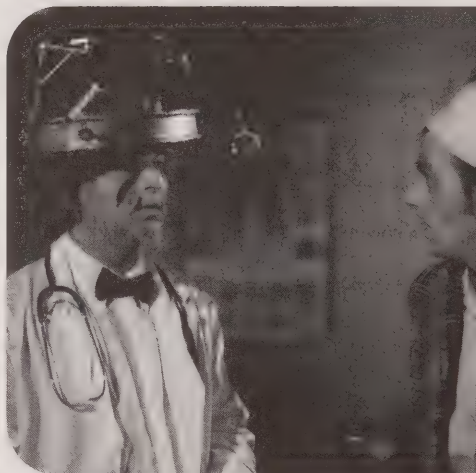
- Television: MIP-TV and MIPCOM in Cannes and NATPE in New Orleans;
- Film: the Berlin International Film Festival, the Cannes International Film Festival and the Independent Feature Film Market in New York;
- Multimedia: MILIA in Cannes, E³ in Los Angeles and MIM in Montréal.

Some 70 companies shared Telefilm's "umbrella stand" at international markets this year. Most are small or medium-sized firms, representing all regions of the country. Telefilm provides a full range of client services: hosting, promoting, logistics, organization of events and meetings, and participation in conferences and talks with foreign delegations and associations.

In this age of digital convergence, Telefilm Canada has accentuated its new-media presence.

Telefilm's stand hosted a full complement of 18 companies at E³, the world's largest interactive entertainment trade event. A survey of Telefilm's clients confirmed the pertinence of its multimedia market activities, leading the Corporation to confirm its participation at the 2000 ECTS (European Computer Trade Show) in London.

Markets allow Telefilm to increase its partnerships with professional associations, such as IMPAC (Interactive Multimedia Producers Association of Canada), federal departments and provincial agencies in order to maximize resources. The Canadian new media sector is in full growth, and this year Telefilm supported several initiatives to further its development, among them the MILIA launches of *Convergence* magazine and the IMPAC guide, *New Media in Canada*.



1,216 Entries in 90 International Festivals and Events

The International Festivals bureau continues to act as an agent for Canadian products in foreign events. In 1999-2000, International Festivals handled 1,216 entries in 90 international festivals and events – a jump from 1,171 the previous year. Canadian productions garnered more than 30 coveted international awards. The bureau facilitated the selection process by organizing screenings of 397 works for festival representatives. In addition, it enabled 69 Canadian directors to promote their works at major festivals, and collaborated in organizing retrospectives of Canadian cinema in such places as Mexico, France, Israel, Greece, the People's Republic of China, Austria, Portugal, Finland, the United States and Spain.

Canadian Festivals

Telefilm Canada supported 29 Canadian festivals in 1999-2000, allocating \$1.9 million to these events through the Canada Showcase program. This program assists major national events – the Montréal World Film Festival, the Toronto International Film Festival, the Vancouver International Film Festival and the Banff Television Festival – and 25 regional or specialized festivals that spotlight documentaries, shorts, arts programming, animation, works



for children, Aboriginal production, new media, experimental works and more.

Telefilm supports festivals that offer programming in the official minority language of the province where they are held. These include the Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver (British Columbia), the Festival international du cinéma francophone en Acadie (New Brunswick) and Cinémental (Manitoba), where audiences can screen films to which they otherwise would not have access.

Telefilm Canada Awards at Canadian Festivals

Telefilm presented 19 awards totalling \$147,000 in 12 Canadian film, television, video and multimedia festivals. The Corporation inaugurated its \$10,000 award for new media at the 1999 Atlantic Digital Media Festival (ADMF) on Cape Breton Island, Nova Scotia. The ADMF is an important competitive festival focused on new media creation.

These Awards recognize all production genres and talent from various regions and backgrounds. For example, there are prizes for emerging Canadian directors of shorts and medium-length creations as well as for Western and Atlantic production excellence. The Corporation also encourages Aboriginal production with two prizes awarded annually at Banff.

In 1999-2000, Telefilm Canada remodelled the Awards – highly regarded since their inception in 1996 – which are now often presented as cash prizes, of enhanced interest to creators.



European Office: A Dynamic Presence Abroad

Telefilm Canada's European office in Paris is Canada's window on the European film and television market, but it is also a strategic information centre for Europeans looking to partner with Canada.

During the past year, the European office participated in several prestigious international events, among them the 20th Université d'été des communi-

cations in Hourtin, France, the first Babelsberg Film and Television Conference and the Conference of Latin American Film Authorities held in Madrid. Representation at these high-profile venues enabled Telefilm to reassert the important role the Canadian film and television industry continues to play in the development of major cultural and trade debates.

The office also helped to promote Canadian films in Europe by taking part in special screenings like *The Red Violin* launch, held in the grand auditorium of the Louvre.



After four successful immersion workshops for Canadian producers in the United Kingdom, the office inaugurated the first edition in Paris. Focused on building contacts between two booming documentary industries, this event gave 28 Canadian producers the unique opportunity to meet more than 50 French players, including leading producers, broadcasters, distributors and documentary directors.

Together with the Canadian High Commission in London, the European office organized a panel at the Toronto International Film Festival entitled "Stories Without Borders – New Approaches to Script Development." The session attracted more than 100 festival delegates and featured an impressive group of European and Canadian film professionals.

The office was also active in organizing Telefilm Canada's presence at international film festivals and markets such as Rotterdam, Berlin and Cannes. During the Cannes International Film Festival, it arranged four strategic breakfast meetings between Canadian and European producers.

Telefilm's office in Paris is a source of strategic information, producing weekly press reviews, European industry guides and special publications that are widely appreciated, including the *Zoom International* newsletter, which provides 300 readers with in-depth European market information and analysis each month.

Asia-Pacific Initiative

Through the Asia-Pacific Initiative Program, created in 1998 and managed by the Western office, Telefilm Canada contributes to the development of Asian market opportunities. The efforts of the past three

THE FOUR SEASONS

Set to Vivaldi's celebrated music, this ballet describes the four seasons in a magical life. The production has been sold to Australia, Finland, Portugal, Singapore, Norway, Netherlands, Switzerland, and the UK.

DA VINCI'S INQUEST II

This series about a coroner has earned critical and popular acclaim. It is now being produced in French and German.

PORTIA WHITE: THINK ON ME
d. Sylvia D. Hamilton
Maroon Films Inc.
A singer of remarkable talent,
Canadian-born contralto
Portia White stole the hearts
of Canadians and Americans
during the 1940s. Her bio-
graphy will be broadcast
on Vision TV in the fall.



years regarding co-operation with the Republic of China are starting to pay off, as the number of co-productions in development has been rising consistently since 1998.

With the co-operation of the Canadian Consulate General in Shanghai, Telefilm created a retrospective of nine Canadian films for the 1999 Shanghai International Film Festival. The Canadian Film Showcase was hailed as the most successful event of the Festival, and *The Red Violin*, a featured work shot partly in Shanghai, was ranked as one of the ten must-see films.

TELEVISION



CANADIAN TELEVISION FUND EQUITY INVESTMENT PROGRAM

Projects contracted – Production, scriptwriting and development

| | Number of projects* | Total Budgets** In thousands of dollars | Telefilm Canada In thousands of dollars | Linguistic Breakdown % |
|--|------------------------|--|--|------------------------------|
| FRENCH | | | | |
| Production | 81 | 126,478 | 28,867 | |
| Amendments – production*** | – | – | -133 | |
| Subtotal | 81 | 126,478 | 28,734 | |
| Scriptwriting and development | 59 | 4,103 | 1,417 | |
| Amendments – development*** | – | – | 253 | |
| Subtotal | 59 | 4,103 | 1,670 | |
| Subtotal – French | 140 | 130,581 | 30,404 | 31.5 |
| ENGLISH | | | | |
| Production | 119 | 292,147 | 61,700 | |
| Amendments – production*** | – | – | -98 | |
| Subtotal | 119 | 292,147 | 61,602 | |
| Scriptwriting and development | 144 | 6,641 | 2,366 | |
| Amendments – development*** | – | – | 160 | |
| Subtotal | 144 | 6,641 | 2,526 | |
| Subtotal – English | 263 | 298,788 | 64,128 | 66.4 |
| ABORIGINAL LANGUAGES | | | | |
| Production | 16 | 4,388 | 1,979 | |
| Amendments – production*** | – | – | – | |
| Subtotal | 16 | 4,388 | 1,979 | |
| Scriptwriting and development | 1 | 42 | 21 | |
| Amendments – development*** | – | – | -2 | |
| Subtotal | 1 | 42 | 19 | |
| Subtotal – Aboriginal Languages | 17 | 4,430 | 1,998 | 2.1 |
| TOTAL | 420 | 433,799 | 96,530 | 100.0 |

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund

** Includes total co-production budgets.

*** The amendments include increases and decreases in commitments from previous years.

CANADIAN TELEVISION FUND EQUITY INVESTMENT PROGRAM

Telefilm Canada has been a partner in the Canadian Television Fund (CTF) since the Fund's inception in September 1996. During its first four fiscal years, this public-sector (Equity Investment Program administered by Telefilm Canada) and private-sector (Licence Fee Program) partnership has supported more than 1,500 productions: drama, documentaries, children's programs, and variety and performing arts programming.

CTF resources have enabled Canadian broadcasters to air some 8,500 hours of new programming created by Canadian screenwriters and directors and produced by companies from all regions of the country, thus giving the Canadian public access to a rich cultural panorama.

The CTF Equity Investment Program

The Equity Investment Program (EIP) budget for 1999-2000 was \$100 million. The EIP has a broad mandate that covers both television production, including the CTF envelope for Aboriginal-language creations, and feature film production. The EIP also assists the development and writing of new broadcast projects, investing in the television of tomorrow.



A New Record: 420 Production and Development Projects

Providing support for a wide variety of projects – in terms of category, budget, subject matter and regional origin – is one of the EIP's fundamental goals. In doing so, the Program encourages a broad range of screenwriters, directors and producers, while at the same time responding to varied audience tastes and broadcaster needs for Canadian content.

The number of projects supported annually through the Program continues to grow: 321 in 1997-98, 383 in 1998-99 and 420 in 1999-2000. This year, project numbers rose in both production and development. Including the foreign share of co-productions in which Canada was a minority partner, the total budgets amounted to \$433.8 million.

More than 885 Hours of Canadian Production on Canadian Screens

Also of note is a marked increase in the number of hours of production seen in first-run presentation on Canadian television: 741 in 1997-98, 850 in 1998-99 and more than 885 this year. This increase pertains mainly to English- and French-language drama and children's programming in English.



EXHIBIT A: SECRETS OF FORENSIC SCIENCE IV

This series explores real criminal cases and the central role forensics played in their outcome. The series has been sold, in whole or in part, in Central and South America, Japan, Taiwan, Poland, Hong Kong and the Middle East.

A number of projects were aired by more than one broadcaster. As a result, the 885 production hours represent 1,256 broadcasting hours, as shown in the *Viewer Access to Canadian Programs* table.

Drama, Documentaries, Variety and Children's Programs

In terms of broadcast categories (excluding Aboriginal production and feature films), the EIP allocated 68% of its investments to drama programming, 17% to documentaries, 13% to children's programs and 2% to variety and performing arts shows.

Drama continues to rank high among Canadian programming choices, while other types of production are enjoying more and more outlets, due in large part to new Canadian and foreign specialty services. Aboriginal-language production is notable particularly in the area of documentary and variety programming.

TRADERS V

One of Canada's most popular dramas, this series revolves around the personal and public lives of employees at a small but influential Toronto merchant bank. To date, season five has been sold to South Africa, the Middle East, Norway and Bulgaria.

Drama

Taut tales of professional and personal intrigue and vivid characters – psychologists, firefighters, police officers, business people, doctors, farmers, showbiz personalities, journalists, criminals and wanderers – combine to create the unique charm of Canadian drama. There are workers and adventurers, teens and parents, avatars and lovers. Unforgettable characters, some of whom, like Dr. Lucille Teasdale, are drawn from real life, and fascinating environments to be seen again and again. They are mirrors of our society with tremendous appeal for Canadian viewers.

A Vast Network of Canadian and Foreign Partners

Telefilm Canada and the Canadian Television Fund
The EIP's participation provides important financing leverage. In 1999-2000, it represented 22.3% of the overall budgets, compared to 25% the previous year. This decrease in the average contribution enabled Telefilm to support a greater number of projects.

As indicated in the table entitled *Analysis of Financial Participation*, many projects were further assisted through other Telefilm resources: the Feature Film Fund, the Production Revenue Sharing Program and the mini-treaties with France. In all, the contribution provided by Telefilm Canada and through the EIP and LFP programs of the Canadian Television Fund represents 38.5% of the year's total budgets.

Variety and Performing Arts Programs

The heroes of variety and performing arts programs are talented singers, dancers, musicians and composers from all regions of the country. They express the heart and soul of their communities – Aboriginal and non-Aboriginal alike – in very personal ways to entertain and delight us.

Canadian Broadcasters

On the whole, broadcaster participation rose, up from 17.8% in 1997-98 and 19.3% in 1998-99 to 21.5% this year. In 1999-2000, the increase was seen in drama, children's programming and documentaries.

The EIP allocated 52% of its resources to projects destined for CBC/Radio-Canada and 48% to projects for private broadcasters.

Other Sources of Canadian financing

While support from the private sector (producers, producer-related sources, private assistance funds, sponsors) and distributors varies from year to year according to the project line-up, support from federal and provincial government sources remained steady at close to 18%, primarily in the form of tax credits. Telefilm takes pride in working with the provincial governments to facilitate the production of diverse and original projects.



L'ENFANT DE LA MUSIQUE

J. Raymond Saint-Jean
Ciné Qua Non Films inc
L'Enfant de la musique explores Mozart's frenzied life and offers a visually poetic interpretation of his String Quartet No. 15 in D Minor, K. 421. First broadcast on Bravo! in October 1999, this program is the fourth in a series devoted to chamber music. The series has been sold across North America, as well as to France and Germany.

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed television production contracts through the CTF – Equity Investment Program

| Location | Number of Projects* | Hours of Production | Budgets** | Telefilm Canada Contribution |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|-----------|------------------------------|
| Montréal | 85 | 375.0 | 141,364 | 31,442 |
| Toronto | 43 | 189.9 | 142,223 | 28,086 |
| Subtotal | 128 | 564.9 | 283,587 | 59,529 |
| British Columbia | 31 | 108.0 | 66,505 | 16,219 |
| Alberta | 8 | 23.2 | 9,317 | 2,526 |
| Saskatchewan | 5 | 21.5 | 6,414 | 1,464 |
| Manitoba | 5 | 19.5 | 8,581 | 2,150 |
| Northern Region | 3 | 4.0 | 2,527 | 762 |
| Ontario (excluding Toronto) | 7 | 45.2 | 4,779 | 1,669 |
| Quebec (excluding Montréal) | 6 | 22.0 | 2,080 | 417 |
| New Brunswick | 4 | 23.0 | 2,664 | 773 |
| Nova Scotia | 14 | 43.0 | 21,074 | 4,960 |
| Prince Edward Island | 1 | 6.5 | 5,657 | 1,220 |
| Newfoundland | 3 | 3.5 | 2,060 | 717 |
| Yukon | 1 | 1.0 | 351 | 141 |
| Subtotal | 88 | 320.3 | 132,009 | 33,018 |
| TOTAL | 216 | 885.2 | 415,596 | 92,546 |

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.

** Does not include the foreign share [\$7,417,309] of co-production budgets in which Canada is an equal or minority partner.

International Partnerships

International partnerships are essential to Canadian production. This year, foreign co-producers, broadcasters and distributors contributed \$33.5 million to projects financed by the EIP. More than half of this amount – \$17.5 million – came from the foreign distributors of English-language productions.

Record Allocations to Regions Outside Montréal and Toronto: 36% of EIP Allocations

The EIP fosters creativity throughout Canada, enabling all communities to tell their stories and recognize themselves on Canadian screens. The Program allocated 34% of its overall participation to projects from Montréal, 30% to projects from Toronto and 36% to projects produced in other cities including Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa, Moncton, St. John’s and Halifax.

This represents a significant increase in regional projects, which received 29% of total EIP allocations in 1998-99. Production assistance remained stable in the Atlantic region but rose by 24% in the West.

British Columbia, with 18% of EIP resources, and the Prairie provinces, with 7%, were up sharply. Contributions to British Columbia projects increased from \$12.9 million to more than \$16 million, and assistance for Manitoba projects shot up from \$800,000 to \$2.2 million. There was also increased activity in Ontario and in the North, including the new Nunavut Territory.

Aboriginal Works

1999-2000 saw the creation of the world’s first national Aboriginal television network, Canada’s APTN. Speaking at the network launch, then-COO Abraham Tagalik said, “This historic decision will be a major step in building bridges of understanding between the Aboriginal and non-Aboriginal people of Canada.” Added Programming Director Jim Compton, “We started the network to get our culture back, to get our traditions back and to get our languages back. We want to create some jobs, and we want to create some hope.” This year’s 16 projects in Aboriginal languages and other Aboriginal productions in French and English attest to this resolve.



Projects in English, French and Aboriginal Languages

The EIP provides equitable support for productions in English and in French and is especially attentive to production in linguistic minority situations and Aboriginal-language works.

Allocation Breakdown

In 1999-2000, 66.4% of EIP participation was allocated to English-language production, 31.5% to French-language production and 2.1% to production in Aboriginal languages.

The overall contribution to projects in French is lower than in previous years, chiefly for reasons related to industry production cycles. The average EIP contribution to French-language projects since 1996 has been 33.4%.

Production in Linguistic Minority Situations

The EIP contributed to the financing of 44 production and development projects based in linguistic minority situations, allocating \$8.9 million to their combined budgets of nearly \$35 million. Production assistance of \$5.6 million went to 19 English-language projects in Montréal, while \$2.9 million went to 11 French-language projects in New Brunswick, Nova Scotia, Ontario, Manitoba and British Columbia. The Program also financed 14 development projects from minority groups for a total of \$300,000.

TOHU-BOHU

Aimed at children aged six to nine, this whimsical series is set on a desert island, home to Don Quixote, Boucle d’Or, Mere Michel and a host of other famous literary characters. A stage version of Tohu-Bohu has been performed to great success, notably at the annual Francofolies festival in Montreal.

LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS

Production, scriptwriting, development and amendments

| | 1996-1997 | | 1997-1998 | | 1998-1999 | | 1999-2000 | | | |
|----------------------|-------------------------|-------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|---------|-------|
| | In thousands of dollars | | | | | | | | | |
| FRENCH | 38,241 | 31.8 | 35,410 | 36.8 | 35,672 | 34.0 | 30,404 | 31.5 | 139,727 | 33.4 |
| ENGLISH | 82,183 | 68.2 | 59,892 | 62.2 | 68,235 | 65.0 | 64,128 | 66.4 | 274,438 | 65.6 |
| ABORIGINAL LANGUAGES | 0 | 0.0 | 1,000 | 1.0 | 1,000 | 1.0 | 1,998 | 2.1 | 3,998 | 1.0 |
| TOTAL | 120,424 | 100.0 | 96,302 | 100.0 | 104,907 | 100.0 | 96,530 | 100.0 | 418,163 | 100.0 |

MANON RHÉAUME:
THE WOMAN BEHIND THE MASK

d. Wendy Hill-Tout
Voice Pictures
Development Corp./
Les Productions Colin Neale
Manon Rhéaume, a goalie
from Quebec, made history
by becoming the first woman
to play in the National Hockey
League. This biography
documents her fairy-tale
rise and the obstacles
she had to overcome.

Productions in Aboriginal Languages

The EIP administers the entire \$2-million CTF envelope reserved for Aboriginal-language production. In 1999-2000, the EIP financed 16 productions: nine from the Western provinces and the North, the balance from Ontario, Quebec and Newfoundland. The stories they tell are recounted in a dozen Aboriginal languages.

Altogether, the budgets of these projects amounted to \$4.4 million, of which the EIP financed an average of 45%. Contributions to individual

production budgets ranged from 27% to 75%. As a means of encouraging Aboriginal creations, the EIP exercises flexibility with respect to broadcast rights and airing schedules and facilitates the hiring of Aboriginal production trainees.

APTN, the Aboriginal Peoples Television Network, is associated with most of these projects, 13 in all. The other broadcasters involved with Aboriginal productions are SCN, Channel 24 Igloolik, CTV Network (Baton), Vision TV and Canwest Global.

Feature Films:

EIP Supports 11 Production Projects

Each year, the CTF appropriates \$15 million for feature films. This amount is shared equally between the EIP and the LFP. During the Fund's initial years, Telefilm administered the entire envelope; in 1999-2000, at the request of the CTF Board of Directors, each program managed its respective portion of the envelope.

EIP participation represented 20.6% of this year's 11 feature film budgets, which totalled \$36 million. Support went to high-quality projects directed by eminent filmmakers and talented newcomers, which will be presented both in movie theatres and on television.

Six of these projects were made in English: *Café Olé* by Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* by John Fawcett (Toronto), *Marine Life* by



ANALYSIS OF FINANCIAL PARTICIPATION

Production only – New projects contracted

| Categories | Number of Projects* | Hours of Production | Total Budgets | Budgets** | Telefilm Canada | | | | | |
|-----------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------|----------------|---------------------------------------|-------------|---------------------------|------------|---------------------------|------------|
| | | | | | CTF – Equity Investment Program | | Feature Film Fund | | Other Funds (PRSP) | |
| | | | | | n thousands of dollars | % | n thousands of dollars | % | n thousands of dollars | % |
| Drama | 18 | 149.0 | 66,471 | 66,471 | 16,566 | 24.9 | – | 0.0 | – | 0.0 |
| Variety | 7 | 18.0 | 4,981 | 4,981 | 1,309 | 26.3 | – | 0.0 | – | 0.0 |
| Children | 8 | 135.8 | 16,640 | 16,640 | 3,179 | 19.1 | – | 0.0 | – | 0.0 |
| Documentary | 43 | 96.4 | 23,077 | 23,077 | 5,313 | 23.0 | – | 0.0 | 19 | 0.1 |
| Feature Film | 5 | 8.2 | 15,309 | 15,309 | 2,500 | 16.3 | – | 0.0 | – | 0.0 |
| Subtotal | 81 | 407.3 | 126,478 | 126,478 | 28,867 | 22.8 | 0 | 0.0 | 19 | 0.0 |
| | | | | | | | | | | |
| Drama | 29 | 187.5 | 175,983 | 175,983 | 39,842 | 22.6 | – | 0.0 | 276 | 0.2 |
| Variety | 3 | 3.0 | 3,015 | 3,015 | 763 | 25.3 | – | 0.0 | 100 | 3.3 |
| Children | 14 | 84.4 | 58,364 | 51,397 | 8,037 | 15.6 | – | 0.0 | 81 | 0.2 |
| Documentary | 67 | 158.7 | 34,023 | 33,573 | 8,123 | 24.2 | – | 0.0 | 41 | 0.1 |
| Feature Film | 6 | 10.0 | 20,761 | 20,761 | 4,935 | 23.8 | 1,098 | 5.3 | – | 0.0 |
| Subtotal | 119 | 443.6 | 292,147 | 284,729 | 61,700 | 21.7 | 1,098 | 0.4 | 498 | 0.2 |
| | | | | | | | | | | |
| ABORIGINAL LANGUAGES | 16 | 34.3 | 4,388 | 4,388 | 1,979 | 45.1 | 0 | 0.0 | 0 | 0.0 |
| | | | | | | | | | | |
| | 216 | 885.2 | 423,013 | 415,596 | 92,546 | 22.3 | 1,098 | 0.3 | 518 | 0.1 |

* Includes two projects that also received funding through the Feature Film Fund.

** Does not include the foreign share [\$7,417,309] of co-production budgets in which Canada is a minority partner. All percentages are based on these amounts.

Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* by Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* by Arto Paragamian (Montréal) and *Violet* by Rosemary House (St. John's). Five were made in French in Montréal: *15 février 1839* by Pierre Falardeau, *La Beauté de Pandore* by Charles Binamé, *Les Muses orphelines* by Robert Favreau, *PinPon le film* by Ghyslaine Côté and *La Vie après l'amour* by Gabriel Pelletier. Inspired by the popular television series of the same name, *PinPon* is Canada's first French-language feature film for children between the ages of three and five.

In addition to its EIP contributions, Telefilm provides support for the film industry through the Feature Film Fund and the Regular Fund, the latter serving mainly to finance low-budget regional



Feature Films

There are no boundaries when it comes to subjects that inspire Canadian directors and screenwriters, who delve into small tales and vast narratives, broken hearts, family sorrows, stories of people of all ages, the search for identity and occasionally the struggle to stay alive. These films speak of life and other mortal states, always maintaining the right tone, whether in a comedy, a tragedy or a combination of the two.

projects. All told, the Corporation contributed to the production of 46 feature films and the development of 102 new feature film projects in fiscal 1999-2000.

Fourteen Co-productions with Six Countries

This year, 14 co-productions were made with EIP support totalling \$4.3 million. Their combined budgets amounted to \$43.7 million. The overall Canadian share represented 62%, as Canada was a majority partner in ten of these productions. The EIP provided 16% of the Canadian portion of the budgets.

VIOLET
d. Rosemary House
Dark Flowers Productions Inc.
Fifty-five is a lethal age for
Violet O'Brien's family: both
her parents as well as her
brother died at 55. With her
own 55th birthday fast
approaching
she must
confront her
rate upon her

| CTF – Licence Fee Program | | Broadcasters | | Private Sector | | Distributors | | Other Government Sources | | Foreign Participants | |
|---------------------------------|------|----------------------------|------|----------------------------|------|----------------------------|------|-----------------------------|------|----------------------------|------|
| in thousands of dollars | % | in thousands of dollars | % | in thousands of dollars | % | in thousands of dollars | % | in thousands of dollars | % | in thousands of dollars | % |
| 12,678 | 19.1 | 18,974 | 28.5 | 2,776 | 4.2 | 838 | 1.3 | 14,639 | 22.0 | – | 0.0 |
| 410 | 8.2 | 1,256 | 25.2 | 663 | 13.3 | 214 | 4.3 | 1,129 | 22.7 | – | 0.0 |
| 3,282 | 19.7 | 5,115 | 30.7 | 1,246 | 7.5 | 200 | 1.2 | 3,618 | 21.7 | – | 0.0 |
| 4,282 | 18.6 | 4,680 | 20.3 | 1,318 | 5.7 | 553 | 2.4 | 6,587 | 28.5 | 323 | 1.4 |
| 1,991 | 13.0 | 225 | 1.5 | 683 | 4.5 | 1,610 | 10.5 | 8,300 | 54.2 | – | 0.0 |
| 22,644 | 17.9 | 30,251 | 23.9 | 6,687 | 5.3 | 3,415 | 2.7 | 34,272 | 27.1 | 323 | 0.3 |
| | | | | | | | | | | | |
| 30,403 | 17.3 | 39,298 | 22.3 | 20,466 | 11.6 | 13,799 | 7.8 | 22,054 | 12.5 | 9,845 | 5.6 |
| 372 | 12.3 | 525 | 17.4 | 131 | 4.3 | 239 | 7.9 | 474 | 15.7 | 412 | 13.7 |
| 4,859 | 9.5 | 8,707 | 16.9 | 8,513 | 16.6 | 5,242 | 10.2 | 4,850 | 9.4 | 11,108 | 21.6 |
| 4,476 | 13.3 | 9,461 | 28.2 | 2,773 | 8.3 | 1,249 | 3.7 | 5,396 | 16.1 | 2,054 | 6.1 |
| 3,096 | 14.9 | 673 | 3.2 | 724 | 3.5 | 2,741 | 13.2 | 5,127 | 24.7 | 2,368 | 11.4 |
| 43,207 | 15.2 | 58,663 | 20.6 | 32,607 | 11.5 | 23,269 | 8.2 | 37,900 | 13.3 | 25,787 | 9.1 |
| | | | | | | | | | | | |
| 0 | 0.0 | 448 | 10.2 | 819 | 18.7 | 0 | 0.0 | 1,142 | 26.0 | 0 | 0.0 |
| | | | | | | | | | | | |
| 65,851 | 15.8 | 89,361 | 21.5 | 40,113 | 9.7 | 26,684 | 6.4 | 73,315 | 17.6 | 26,110 | 6.3 |

THE KINMEL PARK RIOTS

d. Ceri Sherlock
Great North Productions Inc./
Andy Brice Productions Ltd.
In March 1919, thousands of
disease-ridden, war-weary
Canadian soldiers stationed in
North Wales rioted upon learning
that American soldiers, who
had done little fighting, would
be repatriated first. This
Canada-U.K. co-production,
which investigates the mutiny,
was first broadcast on
the Discovery
channel
in July.

These co-production projects were signed with
six different countries: France, the United Kingdom,
Israel, Australia, South Africa and China.

**204 Projects in Development:
Tomorrow's Television**

Developing and writing new projects is of primary
importance, for Canadian television must continue
to evolve if it is to meet audience expectations. The
EIP facilitates creativity by encouraging producers

Documentaries

Mirroring a rich heritage, documentaries give
voice to Canada's different communities,
including Aboriginal peoples. They celebrate
the beauty and landscapes of our country and
deal with some of the most heated issues of
the day, such as conservation, minority groups,
our food supply, immigration, young people,
the family, human rights and the role of
science. Canadian perspectives on the past,
present and future at home and abroad.



to develop new ideas. The Program is a key partner
for producers in this respect, because it covers an
average of 35% of project development costs, which
are regarded as investments at risk. In June 1999,
Telefilm announced that in future its development
resources would be directed exclusively to SMBs.

The EIP allocated \$3.8 million to 204 develop-
ment projects, compared to \$3.4 million for 180
projects the previous year. Of note is a substantial
increase in the number of projects from Alberta,
Nova Scotia and Newfoundland, which bodes well
for programming in the coming years.

The regional breakdown is as follows: 64
projects originating in Montréal, 44 in Toronto, 33
in British Columbia, 15 in Alberta, 9 in Saskatchewan,
6 in Manitoba, 3 in Ontario, 4 in Quebec, 3 in

BROADCASTERS

Financial participation – Production only

| Categories | Total | | Public Sector | | | | | | | Educational Television | | | | |
|----------------------|----------------------------|------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------|---|--|----------------------------|----------------------------|------|--|
| | | | CBC/ CBC – Regional | CBC Newsworld | RDI | RC/ RC – Regional | Total | Télé- Québec | TVOntario/ TFO Knowledge, SCN and others | Access, TFO Knowledge, SCN and others | Total | | | |
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % | |
| FRENCH | | | | | | | | | | | | | | |
| Drama | 18,974 | 28.5 | – | – | – | 12,304 | 12,304 | 18.5 | 797 | 200 | – | 997 | 1.5 | |
| Variety | 1,256 | 25.2 | – | – | – | 534 | 534 | 10.7 | 71 | 482 | – | 553 | 11.1 | |
| Children | 5,115 | 30.7 | – | – | – | 1,251 | 1,251 | 7.5 | 2,814 | 550 | – | 3,365 | 20.2 | |
| Documentary | 4,680 | 20.3 | 102 | – | 29 | 1,377 | 1,508 | 6.5 | 1,410 | 663 | 2 | 2,075 | 9.0 | |
| Feature Film | 225 | 1.5 | – | – | – | 25 | 25 | 0.2 | – | – | – | – | 0.0 | |
| Subtotal | 30,251 | 23.9 | 102 | 0 | 29 | 15,491 | 15,622 | 12.4 | 5,092 | 1,895 | 2 | 6,989 | 5.5 | |
| ENGLISH | | | | | | | | | | | | | | |
| Drama | 39,298 | 22.3 | 20,337 | – | – | – | 20,337 | 11.6 | – | – | – | – | 0.0 | |
| Variety | 525 | 17.4 | 258 | – | – | – | 258 | 8.5 | – | – | – | – | 0.0 | |
| Children | 8,707 | 16.9 | 772 | – | – | 143 | 915 | 1.8 | – | 579 | 242 | 820 | 1.6 | |
| Documentary | 9,461 | 28.2 | 2,341 | 43 | – | 56 | 2,440 | 7.3 | – | 121 | 230 | 350 | 1.0 | |
| Feature Film | 673 | 3.2 | 150 | – | – | – | 150 | 0.7 | – | – | – | – | 0.0 | |
| Subtotal | 58,663 | 20.6 | 23,858 | 43 | 0 | 199 | 24,100 | 8.5 | 0 | 699 | 471 | 1,171 | 0.4 | |
| ABORIGINAL LANGUAGES | 448 | 10.2 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0.0 | 0 | 0 | 74 | 74 | 1.7 | |
| TOTAL | | | | | | | | | | | | | | |
| | 89,361 | 21.5 | 23,960 | 43 | 29 | 15,690 | 39,723 | 9.6 | 5,092 | 2,594 | 547 | 8,234 | 2.0 | |

* Includes CTV affiliates not belonging to BATON, CHUM or WIC.

New Brunswick, 17 in Nova Scotia, 1 in Prince Edward Island and 5 in Newfoundland.

EIP support went to develop projects in all production categories. Resources were allocated in these proportions: 51% for drama, 37% for documentaries, 11% for children's programs and less than 1% for variety and performing arts programming.

Children's Programs

Children's programs feature tots, teens, animals, magicians, computers and animated characters of all sorts. They are set in the past, the present and even in the year 2035. These programs accompany children in discovering the world and encourage learning, imagination, tolerance and creativity. The international renown of Canadian children's programming continues to grow.



INCREDIBLE STORY STUDIO III

INCREDIBLE STORIES

Now seen in more than 125 million homes worldwide, this award-winning show turns kids' stories from around the globe into movies. The series is broadcast in the U.K., France, Germany, the Middle East, the U.S., Latin America, Australia, South Africa, China, Korea, Japan, Israel, Ireland and Singapore

| | | | | | | | | | | | Private Sector | |
|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-----------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|---------------------------------|-------------------|-----------------------|--------------|----------------|--|
| CHUM | WIC | CTV Network (BATON) | CTV Other Affiliates* | Canwest Global | Inde- pendents | TVA Group | Télévision Quatre Saisons | Pay Television | Specialty Services | | Total | |
| In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands | In thousands | In thousands | | |
| - | - | - | - | - | - | 5,110 | - | - | 563 | 5,673 | 8.5 | |
| - | - | - | - | 30 | - | - | - | - | 139 | 169 | 3.4 | |
| - | - | - | - | - | - | - | - | - | 500 | 500 | 3.0 | |
| - | 27 | - | - | - | - | 85 | 195 | - | 790 | 1,097 | 4.8 | |
| - | - | - | - | - | - | 200 | - | - | - | 200 | 1.3 | |
| 0 | 27 | 0 | 0 | 30 | 0 | 5,395 | 195 | 0 | 1,992 | 7,639 | 6.0 | |
| - | - | 12,100 | - | 3,275 | 285 | 700 | - | 1,400 | 1,200 | 18,960 | 10.8 | |
| - | - | - | - | - | - | - | - | - | 268 | 268 | 8.9 | |
| - | 300 | 623 | - | 85 | 455 | - | - | 93 | 5,414 | 6,971 | 13.6 | |
| 80 | 21 | 290 | 2 | 67 | - | 40 | - | - | 6,171 | 6,671 | 19.9 | |
| 50 | - | - | - | - | - | - | - | 473 | - | 523 | 2.5 | |
| 130 | 321 | 13,013 | 2 | 3,427 | 740 | 740 | 0 | 1,966 | 13,053 | 33,392 | 11.7 | |
| 0 | 0 | 41 | 0 | 20 | 268 | 0 | 0 | 0 | 45 | 374 | 8.5 | |
| 130 | 348 | 13,054 | 2 | 3,477 | 1,008 | 6,135 | 195 | 1,966 | 15,090 | 41,405 | 10.0 | |

PRIVATE SECTOR

| Categories | Total | | Producers and Producer- related In thousands of dollars | Private Assistance Funds In thousands of dollars | Sponsors In thousands of dollars | Others In thousands of dollars |
|----------------------|----------------------------|------|---|--|--|--|
| | In thousands of dollars | % | | | | |
| FRENCH | | | | | | |
| Drama | 2,776 | 4.2 | 1,915 | 350 | 511 | – |
| Variety | 663 | 13.3 | 356 | 242 | 65 | – |
| Children | 1,246 | 7.5 | 1,046 | 200 | – | – |
| Documentary | 1,318 | 5.7 | 1,010 | 239 | 20 | 49 |
| Feature Film | 683 | 4.5 | 323 | 100 | 200 | 60 |
| Subtotal | 6,687 | 5.3 | 4,651 | 1,131 | 796 | 109 |
| ENGLISH | | | | | | |
| Drama | 20,466 | 11.6 | 17,724 | 2,669 | 73 | – |
| Variety | 131 | 4.3 | 131 | – | – | – |
| Children | 8,513 | 16.6 | 4,649 | 3,865 | – | – |
| Documentary | 2,773 | 8.3 | 2,058 | 663 | 52 | 1 |
| Feature Film | 724 | 3.5 | 724 | – | – | – |
| Subtotal | 32,607 | 11.5 | 25,285 | 7,196 | 125 | 1 |
| ABORIGINAL LANGUAGES | 819 | 18.7 | 614 | 101 | 22 | 82 |
| TOTAL | 40,113 | 9.7 | 30,550 | 8,429 | 942 | 192 |

OTHER GOVERNMENT SOURCES

Financial participation – Production only

| Categories | Total | | Federal Agencies | | | Newfoundland Tax Credit | Nova Scotia Tax Credit | New Brunswick Tax Credit |
|----------------------|---------------------------|------|-----------------------------------|---|--------------------------------------|----------------------------|------------------------------|--------------------------------|
| | n thousands of dollars | % | NFB In thousands of dollars | Federal Tax Credit In thousands of dollars | Others In thousands of dollars | | | |
| FRENCH | | | | | | | | |
| Drama | 14,639 | 22.0 | — | 4,691 | — | — | — | — |
| Variety | 1,129 | 22.7 | — | 285 | — | — | — | 87 |
| Children | 3,618 | 21.7 | — | 1,142 | — | — | — | 148 |
| Documentary | 6,587 | 28.5 | 225 | 1,245 | 133 | — | 19 | 141 |
| Feature Film | 8,300 | 54.2 | — | 535 | — | — | — | — |
| Subtotal | 34,272 | 27.1 | 225 | 7,897 | 133 | 0 | 19 | 377 |
| ENGLISH | | | | | | | | |
| Drama | 22,054 | 12.5 | 450 | 9,613 | 75 | — | 1,482 | — |
| Variety | 474 | 15.7 | — | 220 | 60 | — | — | — |
| Children | 4,850 | 9.4 | — | 1,897 | — | 9 | — | — |
| Documentary | 5,396 | 16.1 | 557 | 1,351 | 385 | — | 529 | — |
| Feature Film | 5,127 | 24.7 | — | 1,352 | — | 259 | — | — |
| Subtotal | 37,901 | 13.3 | 1,007 | 14,433 | 520 | 268 | 2,011 | 0 |
| ABORIGINAL LANGUAGES | 1,142 | 26.0 | 165 | 0 | 808 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | |
| | 73,315 | 17.6 | 1,397 | 22,330 | 1,461 | 268 | 2,030 | 377 |

FOREIGN PARTICIPANTS

Financial participation - Production only

| Categories | Total | | Co-producers | Broadcasters | Distributors | Others |
|----------------------|-------------------------|------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars |
| FRENCH | | | | | | |
| Drama | 0 | 0.0 | - | - | - | - |
| Variety | 0 | 0.0 | - | - | - | - |
| Children | 0 | 0.0 | - | - | - | - |
| Documentary | 323 | 1.4 | 147 | 96 | - | 80 |
| Feature Film | 0 | 0.0 | - | - | - | - |
| Subtotal | 323 | 0.3 | 147 | 96 | 0 | 80 |
| ENGLISH | | | | | | |
| Drama | 9,845 | 5.6 | 1,149 | - | 8,696 | - |
| Variety | 412 | 13.7 | - | 412 | - | - |
| Children | 11,108 | 21.6 | 3,305 | 68 | 6,887 | 849 |
| Documentary | 2,054 | 6.1 | 3 | 1,412 | 410 | 228 |
| Feature Film | 2,368 | 11.4 | 868 | - | 1,500 | - |
| Subtotal | 25,787 | 9.1 | 5,326 | 1,891 | 17,493 | 1,077 |
| ABORIGINAL LANGUAGES | 0 | 0.0 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| TOTAL | 26,110 | 6.3 | 5,473 | 1,987 | 17,493 | 1,157 |

| | | | | Provincial Agencies | | | | |
|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-----------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Quebec Tax Credit | Ontario Tax Credit | Manitoba Tax Credit | British Columbia Tax Credit | SODEC | SaskFilm | British Columbia Film | Nova Scotia Film | Others |
| In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars |
| 9,633 | - | - | - | 315 | - | - | - | - |
| 568 | 12 | - | - | 176 | - | - | - | - |
| 1,913 | - | - | - | - | - | - | - | 414 |
| 3,305 | 17 | 31 | - | 1,223 | - | - | - | 248 |
| 3,100 | - | - | - | 4,665 | - | - | - | - |
| 18,520 | 30 | 31 | 0 | 6,379 | 0 | 0 | 0 | 662 |
| | | | | | | | | |
| 2,017 | 6,723 | - | - | - | - | 950 | 245 | 500 |
| - | 194 | - | - | - | - | - | - | - |
| - | 1,526 | - | - | - | 5 | 175 | - | 1,237 |
| 770 | 479 | - | 8 | 174 | - | 243 | 461 | 437 |
| 1,324 | 364 | - | 187 | 1,100 | - | - | - | 542 |
| 4,111 | 9,285 | 0 | 195 | 1,274 | 5 | 1,368 | 706 | 2,717 |
| | | | | | | | | |
| 73 | 0 | 0 | 0 | 70 | 0 | 0 | 0 | 27 |
| | | | | | | | | |
| 22,704 | 9,315 | 31 | 195 | 7,723 | 5 | 1,368 | 706 | 3,405 |

PARTICIPATION OF CANADIAN BROADCASTERS

including investments and purchases of broadcast rights

| Broadcasters | Drama in thousands of dollars | Variety in thousands of dollars | Children in thousands of dollars | Documentary in thousands of dollars | Feature Film* in thousands of dollars | Total in thousands of dollars |
|--|-------------------------------------|---------------------------------------|--|---|---|-------------------------------------|
| PRIVATE SECTOR AND EDUCATIONAL TELEVISION | | | | | | |
| Conventional Television | | | | | | |
| Canwest Global | 3,275 | 30 | 85 | 87 | – | 3,477 |
| CHUM | – | – | – | 80 | 50 | 130 |
| CTV – Network (Baton)/ Other Affiliates | 12,100 | – | 623 | 332 | – | 13,056 |
| Independents | 285 | 13 | 455 | 255 | – | 1,008 |
| TVA Group | 5,810 | – | – | 125 | 200 | 6,135 |
| Télévision Quatre Saisons | – | – | – | 195 | – | 195 |
| WIC | – | – | 300 | 48 | – | 348 |
| Educational Television | | | | | | |
| Access | – | – | – | 48 | – | 48 |
| Canadian Learning Channel | – | – | – | 2 | – | 2 |
| Knowledge | – | – | – | 108 | – | 108 |
| SCN | – | – | 242 | 148 | – | 390 |
| Télé-Québec | 797 | 71 | 2,814 | 1,410 | – | 5,092 |
| TVOntario/TFO | 200 | 482 | 1,129 | 784 | – | 2,594 |
| Pay Television | | | | | | |
| The Movie Network | – | – | – | – | 455 | 455 |
| Superchannel | 1,400 | – | 93 | – | 18 | 1,511 |
| Specialty Services | | | | | | |
| Bravo! | – | 362 | – | 121 | – | 482 |
| Canal D | – | – | – | 699 | – | 699 |
| Canal Famille | 538 | – | 643 | – | – | 1,181 |
| Comedy Network | 674 | – | – | – | – | 674 |
| Discovery Channel (The) | – | – | – | 2,352 | – | 2,352 |
| History Television | – | – | – | 760 | – | 760 |
| Life Network (The) | – | – | – | 1,544 | – | 1,544 |
| Teletoon | – | – | 1,062 | – | – | 1,062 |
| TV5 | 25 | 45 | – | 231 | – | 301 |
| Vision TV | 50 | – | 55 | 581 | – | 686 |
| WTN | – | – | – | 717 | – | 717 |
| YTV | 476 | – | 4,154 | – | – | 4,630 |
| Subtotal | 25,630 | 1,002 | 11,656 | 10,628 | 723 | 49,639 |
| PUBLIC SECTOR | | | | | | |
| CBC network and regional stations | 20,337 | 258 | 772 | 2,443 | 150 | 23,960 |
| CBC Newsworld | – | – | – | 43 | – | 43 |
| RC network and regional stations | 12,304 | 534 | 1,394 | 1,433 | 25 | 15,690 |
| RDI – le réseau de l'information | – | – | – | 29 | – | 29 |
| Subtotal | 32,642 | 792 | 2,166 | 3,948 | 175 | 39,723 |
| TOTAL | 58,272 | 1,794 | 13,822 | 14,576 | 898 | 89,361 |

* Because rights for feature films are often included in the distribution advances, they do not all appear in this table.

VIEWER ACCESS TO CANADIAN PROGRAMS

| Broadcasters | In Aboriginal Languages | In French | In English | Number of Projects Total | Number of Hours in First-Run Presentation |
|--|-------------------------|------------|------------|--------------------------|---|
| PRIVATE SECTOR AND EDUCATIONAL TELEVISION | | | | | |
| Conventional Television | | | | | |
| Canwest Global | 1 | 1 | 4 | 6 | 24.3 |
| CHUM | — | — | 2 | 2 | 2.8 |
| CTV – Networks (Baton)/Other Affiliates | 2 | — | 15 | 17 | 71.0 |
| Independents | 16 | — | 4 | 20 | 55.8 |
| TVA Group | — | 6 | 4 | 10 | 68.7 |
| Télévision Quatre Saisons | — | 1 | — | 1 | 13.0 |
| WIC | — | 2 | 4 | 6 | 8.5 |
| Educational Television | | | | | |
| Access | — | — | 4 | 4 | 20.5 |
| Canadian Learning Channel | — | — | 1 | 1 | 1.0 |
| Knowledge | 3 | — | 11 | 14 | 27.8 |
| SCN | 5 | 1 | 15 | 21 | 61.7 |
| Télé-Québec | — | 22 | — | 22 | 122.5 |
| TVOntario/TFO | — | 8 | 5 | 13 | 77.0 |
| Pay Television | | | | | |
| Movie Network | — | — | 2 | 2 | 3.5 |
| Superchannel | — | — | 3 | 3 | 15.0 |
| Specialty Services | | | | | |
| Bravo! | — | 6 | 5 | 11 | 12.0 |
| Canal D | — | 3 | 3 | 6 | 41.0 |
| Canal Famille | — | 2 | 1 | 3 | 39.0 |
| Comedy Network | — | — | 2 | 2 | 12.0 |
| Discovery Channel (The) | — | — | 6 | 6 | 43.0 |
| History Television | — | — | 6 | 6 | 13.5 |
| Life Network (The) | — | — | 5 | 5 | 29.0 |
| Teletoon | — | — | 1 | 1 | 6.5 |
| TV5 | — | 13 | 2 | 15 | 19.5 |
| Vision TV | 2 | 1 | 16 | 19 | 33.2 |
| WTN | 1 | — | 8 | 9 | 21.5 |
| YTV | — | — | 9 | 9 | 65.5 |
| Subtotal | 30 | 66 | 138 | 234 | 908.6 |
| PUBLIC SECTOR | | | | | |
| CBC network and regional stations | — | 3 | 55 | 58 | 158.2 |
| CBC Newsworld | — | — | 1 | 1 | 1.0 |
| RC network and regional stations | — | 47 | 2 | 49 | 180.3 |
| RDI – le réseau de l'information | — | 1 | 1 | 2 | 7.5 |
| Subtotal | 0 | 51 | 59 | 110 | 347.0 |
| TOTAL | 30 | 117 | 197 | 344 | 1,255.6 |

The participation of more than one broadcaster in the same project contributed to increased viewer access to Canadian programming. Thus, in 1999-2000, the 216 financed projects totalled 344 broadcast projects, and the 885.2 hours of production represented 1,255.6 hours of broadcasting.

FEATURE FILM



TELEFILM CANADA'S FEATURE FILM FUND

Projects contracted – Production, scriptwriting and development

| | Number of Projects* | Total Budgets** In thousands of dollars | Telefilm Canada In thousands of dollars | Linguistic Breakdown % |
|-------------------------------|------------------------|--|--|------------------------------|
| FRENCH | | | | |
| Production | 12 | 26,616 | 5,290 | |
| Amendments – production*** | – | – | 50 | |
| Subtotal | 12 | 26,616 | 5,340 | |
| Scriptwriting and development | 28 | 1,699 | 520 | |
| Amendments – development*** | – | – | 129 | |
| Subtotal | 28 | 1,699 | 649 | |
| Subtotal – French | 40 | 28,315 | 5,989 | 35.9 |
| ENGLISH | | | | |
| Production | 12 | 38,084 | 8,859 | |
| Amendments – production*** | – | – | 305 | |
| Subtotal | 12 | 38,084 | 9,164 | |
| Scriptwriting and development | 74 | 3,248 | 1,036 | |
| Amendments – development*** | – | – | 487 | |
| Subtotal | 74 | 3,248 | 1,522 | |
| Subtotal – English | 86 | 41,332 | 10,686 | 64.1 |
| TOTAL | 126 | 69,647 | 16,675 | 100.0 |

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.

** Includes total co-production budgets.

*** The amendments include increases and decreases in commitments from previous years.

TELEFILM CANADA'S FEATURE FILM FUND FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Since 1986, Telefilm Canada's Feature Film Fund (FFF) has been the principal public-sector instrument for leveraging Canadian film financing. Nearly 300 features have been made with Fund support, many of which have become classics of Canada's cultural heritage. The Feature Film Fund supports quality, diversity and originality and fosters creativity on a national scale.

A Fruitful Year

Fiscal 1999-2000 was exceptionally fruitful, with 24 productions and 102 development projects, compared to 21 productions and 85 development projects the previous year. The combined budgets of the 126 projects totalled close to \$70 million, counting the foreign share (\$17 million) of financing in co-productions where Canada is a minority partner. These results clearly reflect the film industry's vitality and creative force from coast to coast.

Telefilm Canada supports Canadian cinema by means of other funds and programs, as well. Altogether, the Corporation assisted the production of 46 features for theatrical release, many of which will also be aired on television in accordance with the rules of the Canadian Television Fund's Equity Investment Program, which Telefilm administers. Further details can be found under *Feature Films* in the 1999-2000 Highlights section.

2000 Genie Awards: Telefilm Canada's Investments Pay Off in Pride!

The Genie Award Gala illustrates the vitality of Canadian cinema and the immense talent of its artisans. Nine features financed by Telefilm carried off 13 Genie Awards in January 2000, among them Best Motion Picture (*Sunshine*, Robert Lantos, Andras Hamoril), Achievement in Direction (*The Five Senses*, Jeremy Podeswa), Original Screenplay (*Post Mortem*, Louis Bélanger) and the Golden Reel Award (*Les Boys II*, Melenny Productions). Other winners include *eXistenZ* by David Cronenberg, *Souvenirs intimes* by Jean Beaudin, *Jacob Two-Two Meets the Hooded Fang* by George Bloomfield, *Dog Park* by Bruce McCulloch and *The Life Before This* by Jerry Ciccoritti.

Development and Scriptwriting Boom in the Prairies and the Atlantic Region

A good script is a passport to quality and success, and in this respect, Telefilm Canada is a proven frontline partner to the industry. In 1999-2000, the Corporation provided 31% of overall development project budgets totalling \$4.9 million. Most of this year's projects came from small and medium-sized companies, primarily as a result of Telefilm's June 1999 announcement that development resources would be reserved exclusively for such companies from that time on.

The Feature Film Fund supported 29 projects from Montréal and 32 from Toronto, for a total of 66% of its resources. It also assisted 13 projects from British Columbia, 12 from the Prairies, 14 from the Atlantic region and 2 from different regions of



Quebec and Ontario. The increase in the number of Prairie and Atlantic projects speaks to the vigour of the producers in those regions.

Production: FFF Provides 30% of Costs for 24 Feature Films

Importance of Other Government Financing Sources
Due to feature film development and production cycles, the project line-up varies each year in terms of the number of projects and their budgets, the scope of co-productions and the participation of different financing sources.

This year, the Fund's contribution played a particularly decisive role, accounting for 30% of the year's production costs (\$14.1 million), compared to 21% in 1998-99. Overall, the 1999-2000 budgets were lower than in 1998-99, as the Corporation supported many debut features from emerging filmmakers.

Several projects were also assisted through other Telefilm funds and programs for a total of \$2 million, bringing the Corporation's contribution to this year's projects to nearly 34%. Robert Lepage's *Possible Worlds* and John Fawcett's *Ginger Snaps*, for instance, received both FFF and EIP assistance.

Other government sources accounted for close to 31% of production costs, compared to 15% in 1998-99. Half of this amount was provided in the form of tax credits. Telefilm Canada is pleased to have joined with the National Film Board of Canada,

Great Names of Canadian Cinema

Since 1986, through the FFF, Telefilm Canada has supported the careers of filmmakers such as Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald and Anne Wheeler. Their work and that of dozens of other talented filmmakers has provided Canadian and foreign audiences with images, stories and characters of unique quality.

THE PERFECT SON

Estranged brothers Ryan and Theo meet again after their father's funeral. When Theo learns that Ryan is about to die, an intimate and unexpectedly humorous bond develops between them. Italian rights to this debut feature have been sold to Eagle Pictures. Equinox Entertainment is handling Canadian distribution.

THE LAW OF ENCLOSURES
d. John Greyson
Pluck Inc./
Buffalo Gal Pictures Inc.
Beatrice and Henry are inexplicably and impossibly stuck in 1991, the year of the Gulf War. For 40 years, they have been prisoners of their marriage — and of the war, which rages on TV from the moment they meet to the hour of their death.



the Canada Council for the Arts, the governments of Manitoba, Quebec, British Columbia and Ontario and other provincial agencies in supporting the production of feature films.

A number of these projects are interprovincial co-productions involving multiple companies, which facilitated their financing. Among others they include *Desire*, *Ginger Snaps*, *The Law of Enclosures*, *Marine Life*, *Possible Worlds* and *Saint-Jude*.

Each year the Fund encourages up-and-coming talent by financing first features. In past, it has enabled young directors like Denis Villeneuve, Manon Briand, Louis Bélanger, Tom Fitzgerald, Clement Virgo, Rodrigue Jean and Mina Shum to make impressive silver screen débuts. 1999-2000 saw the start of promising feature film careers by names to watch for in future, such as Claude Demers (*L'Invention de l'amour*), Jon Einarsson Gustafsson (*Kanadiana*), Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), Leonard Farlinger (*The Perfect Son*) and Pierre Gréco (*Un petit vent de panique*).

No productions from the Atlantic region were funded through the FFF this year, but mention should be made of three features financed through other Telefilm funds: *Violet* and *The Bingo Robbers* (Newfoundland), and *Parsley Days* (Nova Scotia). In addition, 14 development projects from the region were undertaken with FFF support, promising productive filmmaking years ahead in Atlantic Canada.

Seven Co-productions with Seven Countries
Four co-productions were financed with France and other partner countries: *Des chiens dans la neige* (France), *Desire* (Germany-France), *En vacances* (France-Belgium) and *Une petite fête* (Belgium/France). *Eisenstein* was produced with Germany, *On the Nose*

ON THE NOSE
d. David Caffrey
Cadence Entertainment Inc./
Subotica Entertainment Ltd.
The first Canada-Ireland co-production, this feature follows the adventures of Brendan, a porter at the Dublin Medical College plagued by financial strains and a gambler's sordid past. Never one to crumble or falter under stress, he hatches a scheme to get rich by picking the winning horse at the local races.

Broadcaster participation remained virtually unchanged this year, while support from private assistance funds played a greater role in feature film financing. Canadian distributors and foreign participants, for their part, once again proved to be crucial partners in the growth and development of Canadian film.

Regional and Linguistic Breakdown
The resources of the FFF were allocated equitably between productions in French (36%) and those in English (64%). The Fund contributed to the development of production in linguistic minority situations through its participation in two English-language projects made in Montréal, *The Favourite Game* and *Eisenstein*.

Twenty-three percent of the Fund's resources went to regional production; this is approximately equivalent to the recent-year average. Of note here are two major co-productions from British Columbia: *On the Nose* (United Kingdom/Ireland) and *Lunch with Charles*, co-produced with Hong Kong.



LINGUISTIC BREAKDOWN OF PROJECTS
Production, scriptwriting, development and amendments

| | 1993-1994 | | 1994-1995 | | 1995-1996 | |
|---------|-------------------------|-------|-------------------------|-------|-------------------------|-------|
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| FRENCH | 9,720 | 44.5 | 7,447 | 48.0 | 11,334 | 54.0 |
| ENGLISH | 12,116 | 55.5 | 8,065 | 52.0 | 9,666 | 46.0 |
| TOTAL | 21,836 | 100.0 | 15,512 | 100.0 | 21,000 | 100.0 |

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed productions contracts through the Feature Film Fund

| Location | Number of Projects* | Budgets** | | Telefilm Canada Contribution |
|-----------------------------|------------------------|--------------|--------|---------------------------------|
| | | in thousands | | |
| Montréal | 13 | 22,305 | 6,365 | 28.5 |
| Toronto | 6 | 18,234 | 4,735 | 26.0 |
| Subtotal | 19 | 40,539 | 11,100 | 27.4 |
| | | | | |
| British Columbia | 2 | 5,053 | 2,250 | 44.5 |
| Alberta | 1 | 715 | 336 | 47.0 |
| Saskatchewan | – | – | 0 | 0.0 |
| Manitoba | 1 | 273 | 138 | 50.5 |
| Ontario (excluding Toronto) | – | – | 0 | 0.0 |
| Quebec (excluding Montréal) | 1 | 1,075 | 325 | 30.2 |
| New Brunswick | – | – | 0 | 0.0 |
| Nova Scotia | – | – | 0 | 0.0 |
| Prince Edward Island | – | – | 0 | 0.0 |
| Newfoundland | – | – | 0 | 0.0 |
| Subtotal | 5 | 7,116 | 3,049 | 42.8 |
| | | | | |
| TOTAL | 24 | 47,654 | 14,149 | 29.7 |

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program
** Does not include the foreign share (\$17,045,317) of co-production budgets in which Canada is a minority partner.

KANADIANA
d Jon Einarsson
Kanadiana Ir
Christie, an aspiring screen
writer, heads for an isolated
cabin to cure herself of
writer's block. Along the way,
she crosses paths with two
brothers, a stolen and now-
missing envelope... and the
RCMP. This debut feature
will be released in Canada
in the fall

with the United Kingdom and Ireland, and Lunch
with Charles with Hong Kong.
The seven films included one fifty-fifty co-
production, one majority Canadian co-production
and five in which the Canadian partners have minority
status. The combined budgets of the seven films
amounted to \$29 million. Telefilm Canada provided
38% of the Canadian share.



| 1996-1997 | | 1997-1998 | | 1998-1999 | | 1999-2000 | | 1993-2000 | |
|----------------------------|-------|----------------------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
| In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands | % | In thousands | % | In thousands | % |
| 7,560 | 34.8 | 6,464 | 39.5 | 7,139 | 34.5 | 5,989 | 35.9 | 55,653 | 41.6 |
| 14,152 | 65.2 | 9,921 | 60.5 | 13,545 | 65.5 | 10,686 | 64.1 | 78,151 | 58.4 |
| 21,712 | 100.0 | 16,385 | 100.0 | 20,684 | 100.0 | 16,675 | 100.0 | 133,804 | 100.0 |

ANALYSIS OF FINANCIAL PARTICIPATION

Production only – Projects contracted

| | Number of Projects* | Total Budgets | Budgets** | Feature Film Fund | | CTF – Equity Investment Program | | Téléfilm Canada Other Funds (Mini-treaties and PRSP) | |
|----------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|-------------|---------------------------------------|-----|---|-----|
| | | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| FRENCH | 12 | 26,616 | 17,760 | 5,290 | 29.8 | – | 0.0 | 293 | 1.7 |
| ENGLISH | 12 | 38,084 | 29,895 | 8,859 | 29.6 | 1,663 | 5.6 | – | 0.0 |
| TOTAL | 24 | 64,700 | 47,654 | 14,149 | 29.7 | 1,663 | 3.5 | 293 | 0.6 |

* Includes two projects that also received funding through the CTF – Equity Investment Program.

** Does not include the foreign share [\$17,045,317] of co-production budgets in which Canada is a minority partner. All percentages are based on these amounts.

DISTRIBUTORS

Financial participation – Production only

| | In thousands of dollars | Total % |
|----------------|-------------------------|-------------|
| FRENCH | 1,660 | 9.3 |
| ENGLISH | 4,426 | 14.8 |
| TOTAL | 6,086 | 12.8 |

PRIVATE SECTOR

Financial participation – Production only

| | Total | | Producers and Producer- related | Private Assistance Funds | Private Investors | Sponsors | Others |
|----------------|----------------------------|-------------|---------------------------------------|--------------------------------|----------------------------|----------------------------|----------------------------|
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars |
| FRENCH | 1,539 | 8.7 | 900 | 639 | – | – | – |
| ENGLISH | 5,151 | 17.2 | 2,589 | 2,562 | – | – | – |
| TOTAL | 6,690 | 14.0 | 3,489 | 3,201 | 0 | 0 | 0 |

OTHER GOVERNMENT SOURCES

Financial participation – Production only

| | Total | | NFB | Canada Council | Federal Agencies Federal Tax Credit |
|----------------|----------------------------|-------------|----------------------------|----------------------------|---|
| | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | In thousands of dollars | In thousands of dollars |
| FRENCH | 8,367 | 47.1 | 24 | 117 | 410 |
| ENGLISH | 6,228 | 20.8 | – | 15 | 1,255 |
| TOTAL | 14,596 | 30.6 | 24 | 132 | 1,665 |

| Distributors | | Private Sector | | Other Government Sources | | Broadcasters | | Foreign Participants | |
|-------------------------|------|-------------------------|------|--------------------------|------|-------------------------|-----|-------------------------|-----|
| In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % | In thousands of dollars | % |
| 1,660 | 9.3 | 1,539 | 8.7 | 8,367 | 47.1 | 356 | 2.0 | 254 | 1.4 |
| 4,426 | 14.8 | 5,151 | 17.2 | 6,228 | 20.8 | 945 | 3.2 | 2,623 | 8.8 |
| 6,086 | 12.8 | 6,690 | 14.0 | 14,596 | 30.6 | 1,301 | 2.7 | 2,877 | 6.0 |

FOREIGN PARTICIPANTS

Financial participation – Production only

| | In thousands of dollars | Total % | Co-producers In thousands of dollars | Distributors In thousands of dollars | Broadcasters In thousands of dollars |
|----------------|-------------------------|------------|--------------------------------------|--------------------------------------|--------------------------------------|
| FRENCH | 254 | 1.4 | – | – | 254 |
| ENGLISH | 2,623 | 8.8 | 2,024 | 150 | 449 |
| TOTAL | 2,877 | 6.0 | 2,024 | 150 | 703 |

BROADCASTERS

Financial participation – Production only

| | In thousands of dollars | Total % | Broadcasters In thousands | Pay Television In thousands |
|----------------|-------------------------|------------|---------------------------|-----------------------------|
| FRENCH | 356 | 2.0 | 356 | – |
| ENGLISH | 945 | 3.2 | 75 | 870 |
| TOTAL | 1,301 | 2.7 | 431 | 870 |

| | | | | | Provincial Agencies Others |
|---|---|--|-------------------------------|---|----------------------------|
| Manitoba Tax Credit In thousands of dollars | Quebec Tax Credit In thousands of dollars | Ontario Tax Credit In thousands of dollars | SODEC In thousands of dollars | British Columbia Film In thousands of dollars | |
| – | 3,428 | – | 4,380 | – | 8 |
| 465 | 1,239 | 628 | 1,865 | 200 | 561 |
| 465 | 4,667 | 628 | 6,245 | 200 | 569 |

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Canada's feature film development policy is currently under revision. Telefilm Canada, the Department of Canadian Heritage and the industry are seeking to establish a comprehensive policy that will encompass the production, distribution and marketing sectors. A major goal is to enhance the visibility of Canadian films and reach broader audiences.

LA VIE APRÈS L'AMOUR

d. Gabriel Pelletier
Max Films

Shown on more than 70 screens across Quebec, this comedy of manners was the biggest hit of the 2000 summer movie season. A subtitled English version was also screened during the *Just for Laughs* international comedy festival in Montréal.



Since 1988, the financial resources of the Feature Film Distribution Fund have been used to this end. The Fund plays a role at different stages in the life of a feature film by supporting various distributor activities, from the acquisition of distribution rights (minimum guarantees against future receipts) through to theatrical launch and promotion.

Canadian cinema faces stiff competition that requires the collaborative efforts of all segments of the industry. Telefilm especially encourages greater synergy between producers and distributors at the earliest possible time in a project's development. Such combined action is crucial to establishing marketing strategies that capture the attention of well-defined target audiences.

Overall, the Fund supported the acquisition of distribution rights for 41 features and contributed to marketing operations for the theatrical launch of 24 films.

Credit Lines in Keeping with Corporate Performance

The Fund provides distribution companies with lines of credit based on their performance, which is measured in terms of the amounts recouped by Telefilm and box-office receipts. It includes two components. The Principal Fund is available to experienced companies that maintain steady activity in distributing Canadian productions. The Contingency Fund supports recently established companies and those that handle Canadian features to a lesser extent, so as to encourage their corporate development and contribution to the growth of Canadian cinema.

Enhanced Marketing

In 1999-2000, the Fund made commitments totalling \$10.9 million in support of the activities of 10 distribution companies. Disbursements for the year amounted to \$11 million: \$8.2 million for new projects, composed of \$5.1 million in minimum guarantees paid to producers, \$3 million for marketing activities and \$125,000 for corporate loans. A further amount of \$2.8 million went to cover commitment changes and payments against previous-year contracts.

More and more, feature film producers and distributors are using test marketing and screenings to try out their products on various audiences. Product promotion is being diversified and updated, and an increasing number of movies now have a website. This is true for 35% of films made in Montréal, and most marketing plans for 2000-01 include this technology.

It bears noting that this year, for the first time, more than 30% of the Fund's resources for new projects was allocated for marketing, a clear indication of the distributors' determination to focus their efforts on promotion. Marketing activities include the production of trailers, ad campaigns (including TV spots), print costs, director and star promotional travel, publicists, test screenings, test marketing and website design and construction.

FEATURE FILM DISTRIBUTION FUND

Companies that received support

| | Principal Fund In thousands | Contingency Fund In thousands | Total In thousand |
|--------------------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------|
| AVAILABLE FUNDS | 10,523 | 990 | 11,512 |
| TOTAL | 10,523 | 990 | 11,512 |
| USE OF FUNDS | | | |
| Alliance Releasing/Odeon Films* | 2,562 | – | 2,562 |
| Aska Film Distribution | – | 122 | 122 |
| Compagnie France Film | 874 | – | 874 |
| Film Tonic | 805 | 218 | 1,023 |
| Films Lions Gate | 2,813 | – | 2,813 |
| Films Seville | 1,650 | – | 1,650 |
| Motion International | 933 | – | 933 |
| Red Sky Entertainment | – | 326 | 326 |
| Remstar Distribution | 599 | 15 | 614 |
| Société de distribution Cinéma Libre | – | 90 | 90 |
| TOTAL | 10,236 | 771 | 11,007 |

* Odeon Films is now part of Alliance Releasing.

MULTIMEDIA



MULTIMEDIA FUND

Project breakdown by component – includes amendments to previous-years commitments

| | Number of projects | Budgets | Telefilm Canada Contribution | |
|------------------------|-----------------------|----------------------------|---------------------------------|-----------------|
| | | In thousands of dollars | In thousands of dollars | % of budgets |
| DEVELOPMENT | | | | |
| French | 8 | 1,629 | 494 | 30.3 |
| English | 25 | 3,005 | 1,255 | 41.8 |
| Subtotal – Development | 33 | 4,634 | 1,750 | 37.8 |
| PRODUCTION | | | | |
| French | 6 | 3,256 | 954 | 29.3 |
| English | 11 | 4,912 | 1,565 | 31.9 |
| Subtotal – Production | 17 | 8,168 | 2,519 | 30.8 |
| MARKETING | | | | |
| French | 5 | 1,432 | 550 | 38.4 |
| English | 10 | 2,470 | 1,043 | 42.2 |
| Subtotal – Marketing | 15 | 3,901 | 1,593 | 40.8 |
| TOTAL | 65 | 16,703 | 5,861 | 35.1 |

GEOGRAPHIC BREAKDOWN OF PROJECTS

according to the location of the companies with which the Corporation signed multimedia development, production and marketing contracts (includes amendments to previous-years commitments)

| Location | Number of projects | Budgets In thousands of dollars | Telefilm Canada Contribution | |
|-----------------------------|-----------------------|---|---------------------------------|-----------------|
| | | | In thousands of dollars | % of budgets |
| Montréal | 22 | 7,428 | 2,411 | 32.5 |
| Toronto | 12 | 2,157 | 898 | 41.6 |
| Subtotal | 34 | 9,585 | 3,309 | 34.5 |
| British Columbia | 18 | 3,768 | 1,606 | 42.6 |
| Alberta | 1 | 225 | 100 | 44.5 |
| Saskatchewan | 1 | 129 | 45 | 35.0 |
| Manitoba | 0 | 0 | 0 | 0.0 |
| Ontario (excluding Toronto) | 1 | 234 | 65 | 27.8 |
| Quebec (excluding Montréal) | 4 | 1,189 | 420 | 35.3 |
| New Brunswick | 0 | 0 | 0 | 0.0 |
| Nova Scotia | 5 | 1,457 | 286 | 19.6 |
| Prince Edward Island | 0 | 0 | 0 | 0.0 |
| Newfoundland | 1 | 117 | 30 | 25.6 |
| Subtotal | 31 | 7,118 | 2,552 | 35.9 |
| TOTAL | 65 | 16,703 | 5,861 | 35.1 |

MULTIMEDIA FUND

In the area of new media, fiscal 1999-2000 is notable for projects of exceptional quality, diverse themes, strong international market penetration and success on a global scale. Moving into the multimedia field in force, Canadian creators have shown that they are on the leading edge of innovation with respect both to content and new technologies.

With a budget of \$30 million spread over five fiscal years, 1998 to 2003, Telefilm Canada's Multimedia Fund contributes to that vitality. During the year, the Fund provided support in the amount of \$5.9 million for the development, production and marketing of Canadian multimedia products for the mass market.

Telefilm administers the Fund as it does its other resources, encouraging high-quality content created by Canadians in all regions, in both English and French, and according special attention to applications from small and medium-sized businesses. The Corporation facilitates access to Canadian multimedia works for domestic audiences and is striving to help Canadian multimedia companies achieve greater stability and solid financial positioning.

1999-2000 Results

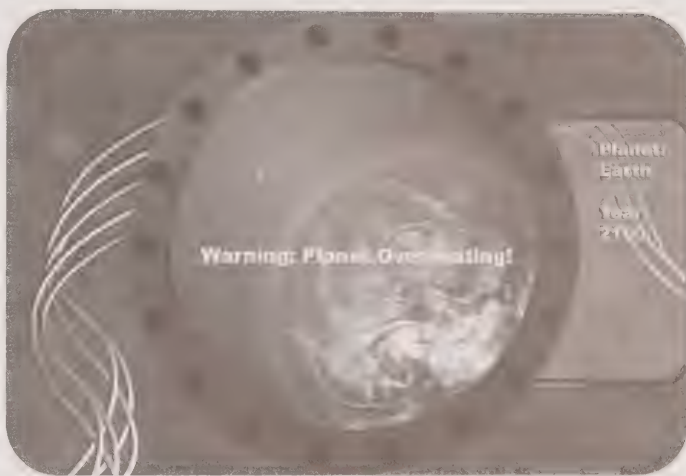
The Multimedia Fund participated in the financing of 65 projects with combined budgets of \$16.7 million. The Corporation provided 35% of these costs, compared to 33% the previous year. This is higher than Telefilm's contribution to the film and television industry. Multimedia is still a high-risk sector composed of companies that are often undercapitalized and for which a new tradition of public and private partnerships, both Canadian and international, must be created.

The Fund allocated 30% of its commitments to development projects, 43% to production projects and 27% to marketing projects. Since the Fund's inception, more and more projects are completing the development-production-marketing cycle, and as a result, the resources allocated to marketing projects increase each year.

During the year, 66% of overall resources went to projects in English and 34% to projects in French. Regional production was up, accounting for close to 50% of the Fund's resources, but growth remains uneven in Canada's multimedia sector, due chiefly

Multimedia Works

Canadian multimedia products are extraordinary machines for travel in time and space, bursting with sounds, images, stories and colours. They enable us to stroll through Canadian history from the year 1500 to the present, amble freely through imaginary museums, visit the world's most exotic countries, unlock the messages and power of the media, create virtual houses, learn about chemistry from ancient times to the atomic era, explore new planets, command entire fleets of intergalactic vessels and, in the end, invent the future!



EARTHMISSION CLIMATE CHANGE STRATEGY GAME

In the year 2100, earth's climate has literally become too hot for comfort. In this multimedia game (CD-ROM, DVD and website), teen players travel back to 2000 to save their future by learning about the planet's global climate system.

to the differences in incentive measures provided by the various provincial governments.

Montréal and Vancouver stand out as Canada's main production centres and respectively received 41% and 27% of the Fund's available resources. Projects also originated in the Prairie provinces, the Atlantic region and different regions of Quebec and Ontario, reflecting a national interest for new creative technologies.

17 Production Projects

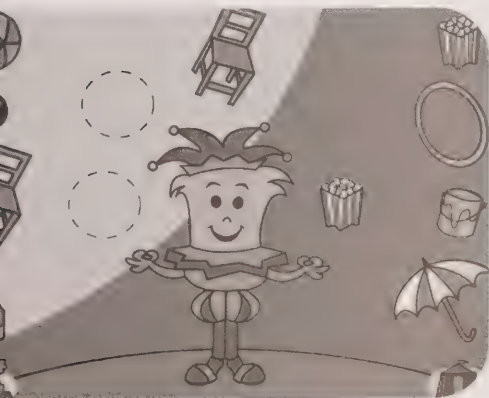
An analysis of the financial structure of this year's 17 production projects reveals that Fund support accounted for 31% of the budgets, with 32% coming from the private sector (producers, distributors, crews, services), 5% from private assistance funds, 18% from federal and provincial tax credits, 9% from federal and provincial organizations and 5% from foreign participants.

BUDDY BRUSH AND THE PAINTED CIRCUS

Since the launch of the much-praised Buddy Brush CD-ROM series in 1999, ITP Entertainment has signed licensing agreements with eight international publishing partners, including Italy, Hong Kong, Israel and Japan. ITP has also signed a distribution deal with Discovery Toys, a leading retailer of educational products for children in North America.

1999-2000: Some 100 Companies Access the Fund

The Fund supports a variety of projects: documentaries, reference works, educational and edutainment products, action and strategy games, and websites. The projects funded this year came from some 100 Canadian companies, for the most part specialized in multimedia, but also from film and television producers diversifying their operations, and conventional publishing houses exploring new avenues.



NIKOLAI'S TREATS

H+a

The highly successful Nikolai's Adventures series, which began as a CD-ROM project in 1994, now includes eight disks and a website. CBS in the United States features the Nikolai brand on its CBS Kidshow Online website.

A New National Alliance

1999-2000 saw the foundation of IMPAC, a national alliance of multimedia associations that speaks to the vitality of the multimedia industry. During the year, new communications instruments were developed, including directories, guides, magazines and websites, illustrating the scope, know-how and challenges of an industry that includes more than 1,000 companies throughout Canada.

Many projects are designed specifically for children, enabling young consumers to discover the new media through Canadian cultural products that encourage learning, stimulate their imagination and whet their appetite for exploration.

**MONSTER BY MISTAKE**

- ONLINE ADVENTURE/
- MONSTRE PAR ERREUR
- L'AVENTURE EN LIGNE

Cambium Entertainment/
Catapult Productions

Since its debut in the fall of 1999, this highly interactive website for kids has had more than 2.2 million hits. The site has received several awards, including, most recently, the Intermedia-globe Gold Award for best website Design at the World Media Festival. It has also received several Golden Internet awards, including the Golden Future Design Award (fall 1999).

Focus on Training and International Development

The Corporation ensures that the multimedia production and distribution industry is competitive on the national and international markets. In 1999-2000, as per its agreement with the Department of Canadian Heritage, Telefilm contributed \$500,000 to support various industry activities.



The Corporation's assistance encouraged professional and industrial development in the multimedia sector, principally training, research and promotion activities and publications by multimedia professionals. Support was also provided for corporate development on the international level, with multimedia companies benefiting from Telefilm's logistical and promotional services at international events including MILIA in Cannes, E³ in Los Angeles, MIM in Montréal and the Atlantic Digital Media Festival (ADMF) in Baddeck, Nova Scotia. In 2000-01, Telefilm will also be present at London's ECTS, a market that will open new doors for Canadian creators, producers and distributors.

Multimedia Specialists at Telefilm Canada

Telefilm Canada makes its multimedia experts' services available to producers and distributors working in the new media field. The multimedia industry also has access to Telefilm's expertise in content, financial and legal analysis, marketing, communications and international relations.

www.telefilm.gc.ca

For further information on Telefilm Canada
and the Canadian film, television and multimedia industry.

FINANCIAL STATEMENTS

\$

,

()

%


The financial statements of the Canadian Film Development Corporation are the responsibility of management and have been approved by the Board of Directors of the Corporation. The financial statements have been prepared in accordance with generally accepted accounting principles and, where appropriate, include estimates based on the experience and judgement of management. Management is also responsible for all other information in the annual report and for ensuring that this information is consistent with the financial statements.

Management maintains books of account, financial and management control, and information systems, together with management practices designed to provide reasonable assurance that reliable and relevant information is available on a timely basis, that assets are safeguarded and controlled, that resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that operations are carried out effectively. These systems and practices are also designed to provide reasonable

assurance that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and its regulations, the *Canadian Film Development Corporation Act* and the by-laws and policies of the Corporation.

The Board of Directors is responsible for ensuring that management fulfils its responsibilities for financial reporting as stated above. The Board exercises its responsibilities through the Audit and Finance Committee, which consists of directors who are not officers of the Corporation. The Committee reviews the quarterly financial statements, as well as the annual financial statements and related reports; the Committee meets with the external auditors annually and, may make recommendations to the Board of Directors with respect to these and/or related matters.

The external auditor, the Auditor General of Canada, conducts an independent examination of the financial statements and reports to the Corporation and to the minister Designate of Canadian Heritage.



François Macerola
Executive Director



Danny Chalifour
Director, Finance and Administration

Montreal, Canada
May 26, 2000

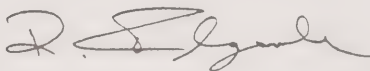
AUDITOR'S REPORT TO THE MINISTER OF CANADIAN HERITAGE

I have audited the balance sheet of the Canadian Film Development Corporation as at March 31, 2000, and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Corporation's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Corporation as at March 31, 2000, and the results of its operations and its cash flow for the year then ended in accordance with generally accepted accounting principles. As required by the *Canadian Film Development Corporation Act*, I report that, in my opinion, these principles have been applied on a basis consistent with that of the preceding year.

Further, in my opinion, proper books of account have been kept by the Corporation and the financial statements are in agreement therewith and the transactions of the Corporation that have come to my notice during my audit of the financial statements have, in all significant respects, been in accordance with the *Canadian Film Development Corporation Act* and the by-laws of the Corporation.



Richard Flageole, FCA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 26, 2000

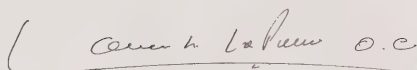
BALANCE SHEET

March 31, 2000, with comparative figures for 1999

| | 2000 In thousands of dollars | 1999 In thousands of dollars |
|---------------------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| ASSETS | | |
| Current assets | | |
| Receivable from Canada (note 3) | 31,454 | 27,777 |
| Loans (note 4) | 1,348 | 1,075 |
| Accounts receivable | 4,090 | 5,242 |
| Prepaid expenses | 540 | 681 |
| | 37,432 | 34,775 |
| Loans (note 4) | 4,399 | 5,340 |
| Investments | 109 | 109 |
| Capital assets (note 5) | 2,113 | 1,816 |
| | 44,053 | 42,040 |

See accompanying notes to financial statements.

Approved by the Board:


Laurier L. LaPierre, O.C.
Chairman

2000

1999

LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA**Current liabilities**

| | | |
|--|--------------|-------|
| Accounts payable and accrued liabilities | 7,339 | 8,145 |
|--|--------------|-------|

Long-term liabilities

| | | |
|---|--------------|-------|
| Provision for employee termination benefits | 440 | 783 |
| Deferred lease inducements | 879 | 833 |
| Deferred capital funding (note 6) | 2,113 | 1,516 |
| Obligation under operating lease (note 7) | 996 | — |
| | 4,428 | 3,132 |

| | | |
|-------------------------|---------------|--------|
| Equity of Canada | 32,286 | 31,223 |
|-------------------------|---------------|--------|

Commitments (note 12)

Contingencies (note 14)

| | |
|---------------|--------|
| 44,053 | 42,040 |
|---------------|--------|

See accompanying notes to financial statements.

Approved by Management:



François Macerola
Executive Director

STATEMENT OF OPERATIONS AND EQUITY OF CANADA

Year ended March 31, 2000, with comparative figures for 1999

| | Investments In thousands of dollars | Recoveries on investments In thousands of dollars | 2000 Net amount In thousands of dollars | 1999 Net amount In thousands of dollars |
|---|---|--|---|---|
| ASSISTANCE EXPENSES | | | | |
| Production and development | | | | |
| Canadian Television Fund (note 10) | 95,763 | (11,524) | 84,239 | 97,029 |
| Feature Film Fund | 17,537 | (3,065) | 14,472 | 17,256 |
| Multimedia | 5,719 | (298) | 5,421 | 1,103 |
| Production Revenue Sharing Program | 1,702 | (476) | 1,226 | 985 |
| Official Co-productions | 1,286 | (437) | 849 | 1,631 |
| Commercial Production Fund | 211 | (984) | (773) | 104 |
| Others | 411 | (89) | 322 | 329 |
| | 122,629 | (16,873) | 105,756 | 118,437 |
| Distribution and marketing | | | | |
| Feature Film Distribution Fund | 10,007 | (6,337) | 3,670 | 5,829 |
| National and International Marketing | 1,228 | (155) | 1,073 | 1,389 |
| | 11,235 | (6,492) | 4,743 | 7,218 |
| Versioning and subtitling | 2,087 | (1,216) | 871 | 851 |
| Complementary activities | | | | |
| Pre-professional development | 2,285 | - | 2,285 | 1,300 |
| Industrial and professional development | 1,957 | - | 1,957 | 1,536 |
| Grants to Canadian festivals | 1,908 | - | 1,908 | 1,879 |
| Participation in foreign markets | 842 | - | 842 | 724 |
| Advertising, promotion and publications | 547 | - | 547 | 457 |
| Participation in foreign festivals | 485 | - | 485 | 520 |
| Others | 170 | - | 170 | 183 |
| | 8,194 | - | 8,194 | 6,599 |
| | 144,145 | (24,581) | 119,564 | 133,105 |
| OPERATING EXPENSES (note 11) | | | 17,436 | 15,770 |
| COST OF OPERATIONS FOR THE YEAR | | | 137,000 | 148,875 |
| REVENUE | | | | |
| Interest on loans | | | (26) | (161) |
| Other interests | | | (326) | (264) |
| Management fees | | | (9) | (33) |
| Other contribution (note 9) | | | (1,000) | - |
| | | | (1,361) | (458) |
| NET COST OF OPERATIONS FOR THE YEAR BEFORE GOVERNMENT ASSISTANCE | | | 135,639 | 148,417 |
| GOVERNMENT ASSISTANCE | | | | |
| Parliamentary appropriation for operations | | | 77,605 | 78,301 |
| Contributions from the Department of Canadian Heritage (note 8) | | | 58,099 | 64,291 |
| Amortization of deferred capital funding (note 6) | | | 998 | 579 |
| | | | 136,702 | 143,171 |
| NET PROFIT (LOSS) FROM OPERATIONS | | | 1,063 | (5,246) |
| EQUITY OF CANADA AT THE BEGINNING | | | 31,223 | 36,469 |
| EQUITY OF CANADA AT THE END | | | 32,286 | 31,223 |

See accompanying notes to financial statements.

CASH FLOW STATEMENT

Year ended March 31, 2000, with comparative figures for 1999

| | 2000 | 1999 |
|--|---------|----------|
| OPERATING ACTIVITIES | | |
| Net profit (loss) from operations | 1,063 | [5,246] |
| Adjustments for | | |
| Increase (decrease) in the allowance for loan impairment | 3,756 | [479] |
| Write-off of loans not previously provisioned | - | 39 |
| Amortization of capital assets | 446 | 529 |
| Loss on disposal of capital assets | 541 | 44 |
| Increase (decrease) in the provision for employee termination benefits | (333) | 16 |
| Increase (decrease) in deferred lease inducements | 796 | [27] |
| Amortization of deferred capital funding | (998) | [579] |
| Increase of obligation under operating lease | 996 | - |
| | 6,267 | [5,703] |
| Variations in non-working capital cash items | | |
| Decrease (increase) in accounts receivable | 1,152 | [1,329] |
| Decrease (increase) in prepaid expenses | 141 | [53] |
| Decrease in accounts payable and accrued liabilities | (806) | [3,584] |
| | 6,754 | [10,669] |
| FINANCING ACTIVITIES | | |
| Parliamentary appropriation for capital funding | 1,295 | 163 |
| INVESTING ACTIVITIES | | |
| Loans | (4,649) | [5,568] |
| Repayments of loans | 1,561 | 5,971 |
| Investments | - | [75] |
| Acquisition of capital assets | (1,295) | [163] |
| Proceeds from disposal of capital assets | 11 | 6 |
| | (4,372) | 171 |
| INCREASE (DECREASE) IN LIQUIDITY | 3,677 | [10,335] |
| RECEIVABLE FROM CANADA AT THE BEGINNING (note 3) | 27,777 | 38,112 |
| RECEIVABLE FROM CANADA AT THE END (note 3) | 31,454 | 27,777 |

See accompanying notes to financial statements

1. AUTHORITY AND ACTIVITIES

The Corporation was established in 1967 by the *Canadian Film Development Corporation Act* with the objective of fostering and promoting the development of a feature film industry in Canada. The Corporation has since been charged with the administration of the Canadian Broadcast Program Development Fund (Television Fund) established on July 1, 1983, within the framework of the Broadcasting Strategy for Canada as well as with the management of various new programs established under the National Film and Video Policy of May 1984. The Act was amended in June 1994 to grant the Corporation the authority to guarantee loans.

In September 1996, the Minister of Canadian Heritage created the Canadian Television Fund (CTF). Created to foster a partnership between the government and the industry, this new fund brings together the Corporation's television fund and the cable distributors production fund. Two financial assistance programs constitute the CTF: the Equity Investment Program and the License Fee Program. The Corporation was given responsibility for the management of the Equity Investment Program.

In July 1997, the Corporation was given responsibility for the administration of the funding program in support of pre-professional development and in July 1998, the management of the Multimedia Fund.

The Corporation is a Crown corporation subject *inter alia* to the provisions of Part VIII of the *Financial Administration Act* as it read before its repeal in 1984 and as if it continued to be named in Schedule C of the Act.

2. SIGNIFICANT ACCOUNTING POLICIES

a) Financing sources of the Corporation

The Corporation obtains its funds mainly from the Government of Canada by means of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canadian Heritage. The portion of the parliamentary appropriation used to finance the acquisition of depreciable capital assets is recorded as deferred capital funding on the balance sheet and amortized on the same basis as the related capital assets. The other portion of the parliamentary appropriation and the contributions from the Department of Canada Heritage are recorded on the Statement of Operations and Equity of Canada.

b) Liquidity and amount receivable from Canada

The financial operations of the Corporation are processed through the Consolidated Revenue Fund of Canada, thus the absence of bank accounts. For the purposes of the financial statements, its liquidity consists of a receivable from Canada. The amount receivable from Canada is comprised of the unused cumulative receipts and the disbursements made after year end and related to current year operations.

c) Investments and allowance for losses

Investments include all forms of assistance granted for feature films and Canadian programming, excluding loans. Investments are accounted for as follows:

- Investments granted in return for a share in exploitation revenues and accompanied by pre-established obligations to reimburse on a term generally not exceeding three years are shown on the balance sheet at their face value, less an allowance for losses. The allowance for losses is determined by examining each investment individually and is charged to operations as assistance expenses.
- Investments granted in return for a share in exploitation revenues other than those accompanied by pre-established obligations to reimburse as well as non-recoverable investments are charged to operations as assistance expenses. These expenses are charged to operations in the year in which the funds are paid or have become payable.
- Recoveries on investments, other than those recognized on the balance sheet, are credited to operations as a reduction of assistance expenses in the year in which the funds are received or have become receivable. Any proceeds in excess of the related investment are accounted for as revenues.

d) Loans and allowance for losses

The Corporation grants loans for the financing of Canadian programming, feature films and new media products. Loans are shown on the balance sheet at the principal amount increased by accrued interest receivable, net of an allowance for impairment. The allowance for losses is determined by examining each loan individually and is charged to operations as assistance expenses. The evaluation is based on the receivables taken as security as well as the borrower's financial situation.

A loan is considered to be impaired as a result of a deterioration in credit quality to the extent that the Corporation no longer has reasonable assurance that the full amount of principal and interest will be collected in accordance with the terms of the loan agreement. When a loan is considered impaired, the carrying amount of the loan is reduced to its estimated realizable value by discounting the expected cash flows at the effective interest rate inherent in the loan.

e) Interest revenue

Interest on loans is recorded as income on an accrual basis except for loans which are considered impaired. When a loan becomes impaired, recognition of interest in accordance with the terms of the original loan agreement ceases.

f) Other interest revenue

Other interest revenue is recognized on an accrual basis and represents the amounts charged on all amounts, other than loans, due to the Corporation, less an allowance for losses. This allowance for losses is determined by examining each amount individually.

g) Capital assets

Capital assets are recorded at cost. Amortization is provided using the following methods and annual rates:

| Asset | Basis | Rate |
|-------------------------|---------------------|---------------------|
| Computer installations | Diminishing-balance | 20% |
| Software | Straight-line | 5 years |
| Furniture and equipment | Diminishing-balance | 20% |
| Leasehold improvements | Straight-line | Terms of the leases |

h) Employee termination benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment. The cost of these benefits is expensed in the year in which they are earned by the employees.

i) Pension plan

Admissible employees participate in the superannuation plan administered by the Government of Canada. The employees and the Corporation contribute equally to the cost of the plan. This contribution represents the total liability of the Corporation. Contributions in respect of current services and admissible past services are expensed during the year in which payments are made. The Corporation is not required under present legislation to make contributions with respect to actuarial deficiencies of the Public Service Superannuation Account.

j) Measurement uncertainty

The preparation of financial statements in accordance with generally accepted accounting principles requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets and liabilities at the date of financial statements and the reported amounts of revenues and expenses during the reporting period. The allowance for losses on impaired loans, employee termination benefits and contingencies are the most significant items where estimates are used. Actual results could differ from those estimates.

3. RECEIVABLE FROM CANADA

The receivable from Canada includes the following amounts recognized on the balance sheet:

| | 2000 | 1999 |
|--|---------------|---------------|
| Unused cumulative receipts | 25,019 | 19,926 |
| Disbursements made after year end and related to current year operations | 6,435 | 7,851 |
| | 31,454 | 27,777 |

4. LOANS AND ALLOWANCE FOR LOSSES

Loans with a carrying value of \$8,394,852 (\$5,020,537 in 1999) granted for production and marketing projects in the Multimedia Fund are interest-free loans. Generally these loans are repayable in twelve consecutive equal monthly installments beginning twelve to twenty-four months after the agreed completion date of the project. For other loans, interest charged does not exceed the prime rate plus 2%. The loans have a term generally not exceeding three years.

As at March 31, the loans are detailed as follows:

| | Amount | Allowance for losses | 2000 Net amount | 1999 Net amount |
|----------------------|--------------|----------------------|-----------------------|-----------------------|
| Loans | 5,747 | - | 5,747 | 6,251 |
| Impaired loans | 4,161 | (4,161) | - | 164 |
| | 9,908 | (4,161) | 5,747 | 6,415 |
| Less current portion | 2,676 | (1,328) | 1,348 | 1,075 |
| Long-term portion | 7,232 | (2,833) | 4,399 | 5,340 |

4. LOANS AND ALLOWANCE FOR LOSSES (CONTINUED)

The allowance for losses is detailed as follows:

| | 2000 In thousands of dollars | 1999 In thousands of dollars |
|-----------------------|------------------------------------|------------------------------------|
| Balance at beginning | 525 | 1,004 |
| Write-offs | (120) | – |
| Recoveries | (272) | (510) |
| Allowance | 4,028 | 31 |
| Balance at end | 4,161 | 525 |

5. CAPITAL ASSETS

| | Cost In thousands of dollars | Accumulated amortization In thousands of dollars | 2000 Net In thousands of dollars | 1999 Net In thousands of dollars |
|-------------------------|------------------------------------|---|---|---|
| Leasehold improvements | 1,391 | 518 | 873 | 314 |
| Software | 3,558 | 2,885 | 673 | 496 |
| Computer installations | 2,019 | 1,511 | 508 | 784 |
| Furniture and equipment | 1,045 | 986 | 59 | 222 |
| | 8,013 | 5,900 | 2,113 | 1,816 |

6. DEFERRED CAPITAL FUNDING

The amount presented on the balance sheet is detailed as follows:

| | 2000 In thousands of dollars | 1999 In thousands of dollars |
|---|------------------------------------|------------------------------------|
| Balance at beginning | 1,816 | 2,232 |
| Parliamentary appropriation for capital funding | 1,295 | 163 |
| Amortization of deferred capital funding | (998) | (579) |
| Balance at end | 2,113 | 1,816 |

7. OBLIGATION UNDER OPERATING LEASE

In the year ended March 31, 2000, the Corporation ceased using an asset for which a long-term lease was signed. The future net rent payable under this lease has been expensed in the year and set up as liability.

8. CONTRIBUTIONS FROM THE DEPARTMENT OF CANADIAN HERITAGE

The contributions received from the Department of Canadian Heritage are detailed as follows:

| | 2000 In thousands of dollars | 1999 In thousands of dollars |
|--|------------------------------------|------------------------------------|
| Canadian Television Fund – Equity Investment Program | 49,775 | 57,241 |
| Multimedia | 5,750 | 5,750 |
| Pre-professional Development | 2,400 | 1,300 |
| Other | 174 | – |
| | 58,099 | 64,291 |

9. OTHER CONTRIBUTION

The Corporation received a contribution in the amount of \$1,000,000 from the Canadian Television Fund – License Fee Program, representing the financing of Canadian television programming in Aboriginal languages.

10. CANADIAN TELEVISION FUND - EQUITY INVESTMENT PROGRAM

The Equity Investment Program is financed by a contribution from the Department of Canadian Heritage and the annual operating budget of the Corporation. The cost of operations for the program excluding operating expenses is detailed as follows:

| | Corporation | Department | 2000 Total | 1999 Total |
|----------------------------------|-------------|------------|---------------|---------------|
| Investments | | | | |
| Canadian programming | 47,798 | 39,319 | 87,117 | 93,082 |
| Feature films | - | 8,646 | 8,646 | 16,067 |
| | 47,798 | 47,965 | 95,763 | 109,149 |
| Recoveries on investments | (8,159) | (3,365) | (11,524) | (12,120) |
| | 39,639 | 44,600 | 84,239 | 97,029 |

11. OPERATING EXPENSES

| | 2000 | 1999 |
|--|---------------|---------------|
| Salaries and employee benefits | 8,490 | 8,480 |
| Rent, taxes, heating and electricity | 1,623 | 2,141 |
| Professional services | 1,428 | 1,440 |
| Office expenses | 1,171 | 1,041 |
| Travel | 695 | 717 |
| Loss on assets disposal | 541 | 44 |
| Amortization | 446 | 529 |
| Relocation | 231 | 108 |
| Advertising and publications | 206 | 279 |
| Telecommunications | 201 | 208 |
| Hospitality | 80 | 61 |
| Subtotal | 15,112 | 15,048 |
| Expenses from the Canadian Television Fund Board | 366 | 722 |
| Loss on operating lease (note 7) | 1,958 | - |
| TOTAL | 17,436 | 15,770 |

12. COMMITMENTS

a) Projects

As at March 31, 2000, the Corporation is contractually committed to advance funds as loans and investments:

| | Corporation | Department | Total |
|-----------------------------|-------------|------------|--------|
| Canadian Television Fund | | | |
| - Equity Investment Program | 14,098 | 7,980 | 22,078 |
| Other programs | 7,158 | 1,829 | 8,987 |
| | 21,256 | 9,809 | 31,065 |

In addition the Corporation has accepted to finance projects that may call for disbursements totaling \$319,918. Under the Production Revenue Sharing Program, the Corporation has reserved funds totaling \$1,789,048 as at March 31, 2000, for the financing of projects yet to be submitted under certain conditions.

b) Leases

The Corporation has entered into long-term leases for the rental of office space and equipment used in its operations. The aggregate minimum annual rentals payable during subsequent years are as follows:

| | Total in thousands of dollars |
|-----------|-------------------------------------|
| 2001 | 2,616 |
| 2002 | 2,638 |
| 2003 | 2,568 |
| 2004 | 1,141 |
| 2005 | 672 |
| 2006-2015 | 5,379 |
| | 15,014 |

13. RELATED PARTY TRANSACTIONS

The Corporation is related in terms of common ownership to all Government of Canada created departments, agencies and Crown corporations. The Corporation enters into transactions with these entities in the normal course of business, and they are recorded at exchange value.

14. CONTINGENCIES

The Corporation guarantees the reimbursement of loans or debts incurred by third parties with financial institutions within the loan guarantee program. The total amount of the Corporation's guarantees cannot exceed, at any time, \$25,000,000. The interest rate cannot exceed the lending institutions' prime rate plus 2%, and eligible security must be obtained from the borrower. The guarantees as at March 31, 2000 totaled \$1,452,379 (1999 – \$2,660,961). A provision for losses is recorded when management can estimate that a loss is likely to occur.

In the normal course of business, various claims and lawsuits have been brought against the Corporation. In the opinion of management, the losses, if any, which may result from the settlement of the matters are not likely to be material and accordingly no provision has been made in the accounts of the Corporation. In the event that such expenses were to occur, they would be charged to expense when determined.

15. FAIR VALUE OF FINANCIAL ASSETS AND LIABILITIES

The carrying amounts reported for investments, accounts receivable, accounts payable and accrued liabilities approximate their fair value due to the relatively short periods to maturity of the instruments.

The following table represents the carrying amounts and fair values of the Corporation's other financial instruments:

| | 2000 | | 1999 | |
|------------------|--|---|--|---|
| | Carrying amount In thousands of dollars | Fair value In thousands of dollars | Carrying amount In thousands of dollars | Fair value In thousands of dollars |
| Short-term loans | 1,348 | 1,236 | 1,075 | 952 |
| Long-term loans | 4,399 | 3,690 | 5,340 | 4,524 |

The fair values of loans have been established by discounting the future contractual cash flows under current loan arrangements, at discount rates equal to the prevailing market rate of interest for financial instruments having substantially the same terms and characteristics.

16. COMPARATIVE FIGURES

Some of the 1999 comparative figures have been reclassified to conform with the presentation adopted for 2000.

b) Baux

La Société a signé des baux à long terme pour la location de locaux et d'équipement dans le cadre de ses activités. Le total des paiements minimums exigibles qui sera versé au cours des prochains exercices s'établit comme suit :

| | |
|-----------|--------|
| 2001 | 2 616 |
| 2002 | 2 638 |
| 2003 | 2 568 |
| 2004 | 1 141 |
| 2005 | 672 |
| 2006-2015 | 5 379 |
| Total | 15 014 |

13. OPÉRATIONS ENTRE APPARENTÉS

La Société est apparentée en termes de propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État créés par le gouvernement du Canada. La Société s'engage dans des opérations avec ces entités dans le cours normal de ses activités, celles-ci sont constatées selon la valeur de l'échange.

14. ÉVÉNUALITÉS

La Société garantit le remboursement d'emprunt ou de dettes contractées par des tiers auprès d'institutions financières dans le cadre du programme de cautionnements de prêts. Le total des montants cautionnés par la Société ne peut excéder, à tout moment, 25 000 000 \$. Le taux d'intérêt ne peut dépasser le taux préférentiel de l'institution financière, majoré de 2 %, et des sûretés admissibles doivent être exigées de l'emprunteur. Les cautionnements au 31 mars 2000 totalisent 1 452 379 \$ (1999 – 2 660 661 \$). Une provision pour pertes est comptabilisée lorsque la direction est en mesure d'estimer qu'une perte est probable.

Dans le cours normal des affaires, diverses revendications et poursuites ont été intentées contre la Société. La direction estime que les pertes, s'il y en a, qui peuvent résulter du règlement de ces litiges ne seront probablement pas importantes ; par conséquent, aucune provision n'a été établie dans les comptes de la Société.

Si jamais de telles dépenses étaient engagées, elles seraient imputées aux résultats de l'exercice.

15. JUSTE VALEUR COMPTABLE DES ACTIFS ET PASSIFS FINANCIERS

La valeur comptable des investissements, des débiteurs et des créditeurs et frais courus correspond approximativement à leur juste valeur du fait que les instruments qui s'y rapportent ont des échéances relativement brèves. Le tableau qui suit indique la valeur comptable et la juste valeur des autres instruments financiers que la Société a conclues :

| | Prêts à court terme | | Prêts à long terme | |
|-----------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | Valeur comptable | Valeur juste | Valeur comptable | Valeur juste |
| 1999 | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |
| 1999 | 1 075 | 1 075 | 5 340 | 5 340 |
| 2000 | 1 348 | 1 348 | 3 690 | 3 690 |
| 2001 | 1 348 | 1 348 | 3 690 | 3 690 |
| 2002 | 1 348 | 1 348 | 3 690 | 3 690 |
| 2003 | 1 348 | 1 348 | 3 690 | 3 690 |
| 2004 | 1 348 | 1 348 | 3 690 | 3 690 |
| 2005 | 1 348 | 1 348 | 3 690 | 3 690 |
| 2006-2015 | 1 348 | 1 348 | 3 690 | 3 690 |
| Total | 15 014 | 15 014 | 5 379 | 5 379 |

16. CHIFFRES COMPARATIFS

Certains chiffres comparatifs de 1999 ont été reclassés afin de se conformer à la présentation adoptée en 2000.

10. FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION – PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL
Le programme de participation au capital est financé par une contribution du ministère du Patrimoine canadien et par le budget d'opération de la Société. Le coût de l'exploitation du programme, excluant les dépenses de fonctionnement, se détaille comme suit :

| Investissements | 2000 | | | | 1999 | | | |
|----------------------------------|---------|-----------|----------|------------------------|----------|------------------------|--------|------------------------|
| | Société | Ministère | Total | En milliers de dollars | Total | En milliers de dollars | Total | En milliers de dollars |
| Émissions canadiennes | 47 798 | 39 319 | 87 117 | | 93 082 | | 16 067 | |
| Longs métrages | - | 8 666 | 8 666 | | 109 149 | | | |
| Récupération sur investissements | (8 159) | (3 365) | (11 524) | | (12 120) | | | |
| | 39 639 | 46 600 | 86 239 | | 97 029 | | | |

11. DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT

| 2000 | | | | 1999 | | | |
|--|--------|--|--|------------------------|--|--|--|
| En milliers de dollars | | | | En milliers de dollars | | | |
| Salaires et avantages sociaux | 8 490 | | | 8 480 | | | |
| Location, taxes, chauffage et électricité | 1 623 | | | 2 141 | | | |
| Honoraires professionnels | 1 428 | | | 1 440 | | | |
| Frais de bureau | 1 171 | | | 1 041 | | | |
| Voyages | 695 | | | 717 | | | |
| Perte sur disposition d'immobilisations | 561 | | | 44 | | | |
| Amortissement | 466 | | | 529 | | | |
| Frais de relocalisation | 231 | | | 108 | | | |
| Publicité et publications | 206 | | | 279 | | | |
| Télécommunications | 201 | | | 208 | | | |
| Frais de représentation | 80 | | | 61 | | | |
| Sous-total | 15 112 | | | 15 048 | | | |
| Dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision | 366 | | | 722 | | | |
| Perte découlant d'un contrat de location-exploitation (note 7) | 1 958 | | | - | | | |
| TOTAL | 17 436 | | | 15 770 | | | |

12. ENGAGEMENTS
a) Projets

Au 31 mars 2000, la Société est engagée contractuellement à avancer des fonds à titre de prêts et d'investissements :

| En milliers de dollars | | | | En milliers de dollars | | | |
|---|--------|-------|--------|------------------------|-------|-------|-------|
| Société | | | | Ministère | | | |
| En milliers de dollars | | | | En milliers de dollars | | | |
| Fonds canadien de télévision | 14 098 | 7 980 | 22 078 | Autres programmes | 7 158 | 1 829 | 8 987 |
| - Programme de participation au capital | | | | | | | |
| | 21 256 | 9 809 | 31 065 | | | | |

De plus, la Société a accepté des projets de financement qui pourraient appeler des déboursés de 319 918 \$, En vertu du Programme de partage des revenus de production, la Société a réservé au 31 mars 2000 des fonds totalisant 1 789 048 \$ pour financer des projets à être soumis sous certaines conditions.

4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES (SUITE)

La provision pour pertes se détaille comme suit :

| | | | |
|------------------------|------------------------|----------------|--|
| 1999 | 2000 | | |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars | | |
| 1 004 | 525 | Solde au début | |
| - | (120) | Radiations | |
| (510) | (272) | Recouvrements | |
| 31 | 4 028 | Provision | |
| 525 | 4 161 | Solde à la fin | |

5. IMMOBILISATIONS

| | | | |
|------------------------|------------------------|-----------------------------|--|
| 1999 | 2000 | | |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars | | |
| 314 | 873 | Améliorations locales | |
| 496 | 673 | Logiciels | |
| 784 | 508 | Installations informatiques | |
| 222 | 59 | Mobilier et équipement | |
| 1 816 | 2 113 | Solde à la fin | |

6. AIDE EN CAPITAL REPORTÉE

Le montant figurant au bilan est constitué des éléments suivants :

| | | | |
|------------------------|------------------------|---|--|
| 1999 | 2000 | | |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars | | |
| 2 232 | 1 816 | Solde au début | |
| 163 | 1 295 | Crédit parlementaire pour l'aide en capital | |
| (579) | (998) | Amortissement de l'aide en capital reportée | |
| 1 816 | 2 113 | Solde à la fin | |

7. OBLIGATION DÉCOULANT D'UN CONTRAT DE LOCATION-EXPLOITATION

Durant l'exercice terminé le 31 mars 2000, la Société a cessé d'utiliser un bien pour lequel elle avait signé un bail à long terme. Le loyer net futur lié au bail a été constaté à la dépense et au passif au cours de l'exercice.

8. CONTRIBUTIONS DU MINISTÈRE DU PATRIMOINE CANADIEN

Les contributions reçues du ministère du Patrimoine canadien se détaillent comme suit :

| | | | |
|------------------------|------------------------|--|--|
| 1999 | 2000 | | |
| En milliers de dollars | En milliers de dollars | | |
| 57 241 | 49 775 | Fonds Canadien de télévision - Programme de participation au capital | |
| 5 750 | 5 750 | Multimédia | |
| 1 300 | 2 400 | Développement préprofessionnel | |
| - | 174 | Autre | |
| 64 291 | 58 099 | | |

9. AUTRE CONTRIBUTION

La Société a reçu une contribution de 1 000 000 \$ du Fonds canadien de télévision - Programme de droits de diffusion pour le financement d'émissions de télévision canadiennes en langues autochtones.

9) Immobilisations
Les immobilisations sont comptabilisées au prix coûtant. L'amortissement est déterminé selon les méthodes et aux taux annuels suivants :

| Élément d'actif | Méthode | Taux |
|-----------------------------|-----------|----------------|
| Installations informatiques | Dégressif | 20 % |
| Logiciels | Linéaire | 5 ans |
| Mobilier et équipement | Dégressif | 20 % |
| Améliorations locales | Linéaire | Durée des baux |

h) Prestations de cessation d'emploi

Les employés ont droit à des prestations de cessation d'emploi tel que le prévoient leurs conditions d'emploi. Le coût de ces prestations est imputé aux résultats de l'exercice au cours duquel elles sont gagnées par les employés.

i) Régime de retraite

Les employés admissibles participent au régime de retraite administré par le gouvernement du Canada. Les employés et la Société partagent également le coût du régime. Cette contribution représente la responsabilité totale de la Société. Les contributions pour les services courants et pour les services antérieurs admissibles sont imputées aux résultats de l'exercice au cours duquel les paiements sont effectués. D'après les lois actuelles, la Société n'est pas tenue de verser une contribution au titre des insuffisances actuarielles du Compte de pension de retraite de la fonction publique.

j) Incertitude relative à la mesure

La préparation d'états financiers selon les principes comptables généralement reconnus exige que la direction fasse des estimés et des hypothèses qui affectent les montants présentés comme actifs et passifs à la date des états financiers et les montants présentés comme revenus et dépenses pendant la période de déclaration. La provision pour pertes sur prêts, les prestations de cessation d'emploi et les éventualités sont les items les plus importants où des estimés sont utilisés. Les résultats réels peuvent différer de ces estimés.

3. À RECEVOIR DU CANADA

Le solde à recevoir du Canada comprend les montants suivants comptabilisés dans le bilan :

| | 2000 | 1999 |
|--|--------|--------|
| Recettes cumulatives non utilisées | 25 019 | 19 926 |
| En milliers de dollars | | |
| Déboursés effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant | 6 435 | 7 851 |
| En milliers de dollars | | |
| | 31 454 | 27 777 |

4. PRÊTS ET PROVISION POUR PERTES

Les prêts d'une valeur comptable de 8 394 852 \$ (5 020 537 \$ en 1999) octroyés à titre d'aide à la production et la mise en marché du Fonds pour le multimédia ne portent pas intérêts. Généralement, ces prêts sont remboursables en douze paiements mensuels égaux et consécutifs débutant douze à vingt-quatre mois après la date convenue de fin de projet. Pour les autres prêts, les intérêts chargés ne dépassent pas le taux préférentiel, majoré de 2 %. La durée des prêts s'échelonne sur une période n'excédant généralement pas trois ans.

Au 31 mars, le total des prêts se détaille comme suit :

| | Montant | Provision pour pertes | Montant net | 1999 |
|-----------------------------|---------|-----------------------|-------------|-------|
| Prêts | 5 747 | - | 5 747 | 6 251 |
| Prêts douteux | 4 161 | (4 161) | - | 164 |
| | 9 908 | (4 161) | 5 747 | 6 415 |
| Moins portion à court terme | 2 676 | (1 328) | 1 348 | 1 075 |
| Portion à long terme | 7 232 | (2 833) | 4 399 | 5 340 |

1. STATUT ET ACTIVITÉS

La Société a été constituée en 1967 par la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne avec l'objectif de favoriser et d'encourager le développement de l'industrie du long métrage au Canada. Depuis, elle s'est vue confier la gestion du Fonds de développement de la production d'émissions canadiennes (Fonds de télévision) établi le 1^{er} juillet 1983 dans le cadre de la Stratégie canadienne de la radiodiffusion ainsi que la gestion de nouveaux programmes dans le cadre de la Politique du film et de la vidéo de mai 1984. La loi a été modifiée en juin 1994 afin d'accorder à la Société l'autorité de garantir des prêts.

En septembre 1996, le ministre du Patrimoine canadien a créé le Fonds canadien de télévision (FCT). Conçu dans un esprit de partenariat entre l'État et l'industrie, ce nouveau Fonds réunit le Fonds de télévision de la Société et le Fonds de production des câblodistributeurs. Deux programmes d'aide financière composent le FCT : le programme de participation au capital et le programme de droits de diffusion. La Société s'est vue confier la gestion du programme de participation au capital.

En juillet 1997, la Société s'est vue confier l'administration du programme de financement à l'appui du développement préprofessionnel et, en juillet 1998, l'administration du Fonds pour le multimédia. La Société est une société d'État régie, inter alia, par la Loi sur la gestion des finances publiques selon les dispositions de la partie VIII de cette loi telle qu'elle existait lors de son abrogation en 1984 et au même titre que si elle avait continué d'être mentionnée à l'annexe C de cette loi.

2. PRINCIPALES CONVENTIONS COMPTABLES

a) **Sources de financement de la Société**
La Société obtient des fonds principalement du gouvernement du Canada par le biais d'un crédit parlementaire et de contributions du ministère du Patrimoine canadien. La partie du crédit parlementaire utilisée pour l'acquisition d'immobilisations est comptabilisée comme aide en capital reportée au bilan, et est amortie selon la même base que les immobilisations auxquelles elle se rapporte. L'autre partie du crédit parlementaire et les contributions du ministère du Patrimoine canadien sont comptabilisées à l'état des résultats et de l'avoir du Canada.

b) **Liquidité et montant à recevoir du Canada**

Les opérations financières de la Société sont traitées par le Trésor du Canada, d'où l'absence de comptes bancaires. Aux fins des états financiers, sa liquidité est constituée d'un montant à recevoir du Canada. Le montant à recevoir du Canada est composé des recettes cumulatives non utilisées et des déboursés effectués après la fin de l'exercice relativement aux opérations de l'exercice courant.

c) **Investissements et provision pour pertes**

Les investissements comprennent l'ensemble de l'aide accordée au soutien de l'industrie du long métrage et d'émissions canadiennes en excluant les prêts. Les investissements sont comptabilisés comme suit :

f)

Autres revenus d'intérêts

Les autres revenus d'intérêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice et dus à la Société, autres que les prêts, déduites d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque montant individuellement.

e)

Revenus d'intérêts

Les revenus d'intérêts sur prêts sont comptabilisés selon la méthode de comptabilité d'exercice sauf pour les prêts jugés douteux. Lorsqu'un prêt devient douteux, la comptabilisation des intérêts conformes aux dispositions du contrat de prêt original cesse.

d)

Prêts et provision pour pertes

- Les investissements accordés en contrepartie d'une participation aux revenus d'exploitation et assortis d'une obligation de remboursement préalable, d'une durée n'excédant généralement pas trois ans, sont montrés au bilan à la valeur nominale, déduction faite d'une provision pour pertes. Cette provision pour pertes est établie en examinant chaque investissement individuellement et elle est imputée aux résultats à titre de dépenses de support.
- Les investissements accordés en contrepartie de dépenses de support.
- Les récupérations sur investissements autres que ceux reconnus au bilan sont montrées aux résultats en diminution des dépenses de support au moment où elles sont encaissées ou exigibles. Toute récupération qui excède le montant de l'investissement est comptabilisée comme revenu.

Le emprunteur. L'un prêt est jugé douteux si la qualité du crédit s'est détériorée dans une mesure telle que la Société n'est plus raisonnablement assurée de recouvrer la totalité du capital et des intérêts en conformité avec les dispositions du contrat de prêt. Quand un prêt est jugé douteux, la valeur comptable du prêt est réduite à la valeur de réalisation estimative par l'actualisation des flux monétaires futurs prévus au taux d'intérêt réel inhérent au prêt.

ÉTAT DES FLUX DE TRÉSORERIE

Exercice terminé le 31 mars 2000, avec chiffres correspondants de 1999

2000
En millions
de dollars

1999
En millions
de dollars

| ACTIVITÉS D'EXPLOITATION | |
|--|----------|
| Bénéfice net (perte nette) d'exploitation | 1 063 |
| Ajustements pour | (479) |
| Augmentation (diminution) de la provision pour prêts douteux | 3 756 |
| Radiations de prêts non-provisionnés | - |
| Amortissement des immobilisations | 446 |
| Perte sur l'aliénation d'immobilisations | 541 |
| Augmentation (diminution) de la provision pour cessation d'emploi | (333) |
| Augmentation (diminution) des avantages incitatifs reportés sur bail | 796 |
| Amortissement de l'aide en capital reportée | (998) |
| Augmentation de l'obligation décollant d'un contrat de location-exploitation | 996 |
| | (5 703) |
| Variations des éléments hors caisse du fonds de roulement | 1 152 |
| Diminution (augmentation) des débiteurs | (1 329) |
| Diminution (augmentation) des frais payés d'avance | 141 |
| Diminution des créditeurs et frais courus | (806) |
| | (3 584) |
| | (10 669) |
| ACTIVITÉS DE FINANCEMENT | |
| Crédit parlementaire - aide en capital | 1 295 |
| ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT | |
| Prêts | (5 568) |
| Encaissements de prêt | 1 561 |
| Investissements | - |
| Acquisition d'immobilisations | (1 295) |
| Produit sur l'aliénation d'immobilisations | 11 |
| | (4 372) |
| | 171 |
| | (10 335) |
| AUGMENTATION (DIMINUTION) DES LIQUIDITÉS | |
| | 3 677 |
| | (10 335) |
| À RECEVOIR DU CANADA AU DÉBUT | |
| | 27 777 |
| | 38 112 |
| À RECEVOIR DU CANADA À LA FIN | |
| | 31 454 |
| | 27 777 |

Voir les notes afférentes aux états financiers.

ÉTAT DES RÉSULTATS ET DE L'AVOIR DU CANADA

en millions de dollars

Investissements
Récupération sur
investissements
2000
Montant
net
En milliers
de dollars
1999
Montant
net
En milliers
de dollars

DÉPENSES DE SUPPORT

| | | | | |
|---|---------|----------|---------|---------|
| Production et développement | 95 763 | (11 524) | 84 239 | 97 029 |
| Fonds canadien de télévision (note 10) | 17 537 | (3 065) | 14 472 | 17 256 |
| Fonds de financement de longs métrages | 5 719 | (298) | 5 421 | 1 103 |
| Multimédia | 1 702 | (476) | 1 226 | 985 |
| Programme de partage des revenus de production | 1 286 | (437) | 849 | 1 631 |
| Coproductions officielles | 211 | (984) | (773) | 104 |
| Fonds d'aide aux activités commerciales de production | 411 | (89) | 322 | 329 |
| Autres | 122 629 | (16 873) | 105 756 | 118 437 |

| | | | | |
|--|--------|---------|-------|-------|
| Distribution et marketing | 10 007 | (6 337) | 3 670 | 5 829 |
| Fonds d'aide à la distribution de longs métrages | 1 228 | (155) | 1 073 | 1 389 |
| Marketing national et international | 11 235 | (6 492) | 4 743 | 7 218 |

| | | | | |
|--------------------------|-------|---------|-----|-----|
| Doublage et sous-titrage | 2 087 | (1 216) | 871 | 851 |
|--------------------------|-------|---------|-----|-----|

| | | | | |
|---|-------|---|-------|-------|
| Activités complémentaires | 2 285 | - | 2 285 | 1 300 |
| Développement préprofessionnel | 1 957 | - | 1 957 | 1 536 |
| Développement industriel et professionnel | 1 908 | - | 1 908 | 1 879 |
| Subventions aux festivals canadiens | 842 | - | 842 | 724 |
| Participation aux marchés étrangers | 547 | - | 547 | 457 |
| Publicité, promotion et publications | 485 | - | 485 | 520 |
| Participation aux festivals étrangers | 170 | - | 170 | 183 |
| Autres | 8 194 | - | 8 194 | 6 599 |

| | | | |
|--|--------|---------|---------|
| DÉPENSES DE FONCTIONNEMENT (note 11) | 17 436 | 137 000 | 148 875 |
| COÛT DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE | 17 436 | 137 000 | 148 875 |

REVENUS

| | | | |
|-----------------------------|---------|---------|-------|
| Intérêts sur prêts | (26) | (161) | (161) |
| Autres revenus | (326) | (264) | (264) |
| Frais de gestion | (9) | (33) | (33) |
| Autre contribution (note 9) | (1 000) | (1 361) | (458) |

| | | |
|--|---------|---------|
| COÛT NET DE L'EXPLOITATION POUR L'EXERCICE | 135 639 | 148 417 |
| AVANT FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL | 135 639 | 148 417 |

FINANCEMENT GOUVERNEMENTAL

| | | |
|---|--------|--------|
| Credit parlementaire pour l'exploitation | 78 301 | 77 605 |
| Contribution du ministère du Patrimoine canadien (note 8) | 58 099 | 58 099 |
| Amortissement de l'aide en capital reportée (note 6) | 998 | 579 |

| | | |
|---|--------|---------|
| BÉNÉFICE NET (PERTE NETTE) D'EXPLOITATION | 1 063 | (5 246) |
| AVOIR DU CANADA AU DÉBUT | 31 223 | 36 469 |

| | | |
|--------------------------|--------|--------|
| AVOIR DU CANADA À LA FIN | 32 286 | 31 223 |
|--------------------------|--------|--------|

voir les notes annexes aux états financiers

2000
En milliers
de dollars

1999
En milliers
de dollars

PASSIF ET AVOIR DU CANADA

Passif à court terme

Créditeurs et frais courus

Passif à long terme

Provision pour prestations de cessation d'emploi

Avantages incitatifs reportés sur bail

Aide en capital reportée (note 6)

Obligation décollant d'un contrat de location-exploitation (note 7)

996 428

Avoir du Canada

Engagements (note 12)

Eventualités (note 14)

44 053 42 040

Voir les notes afférentes aux états financiers.

Approuvé par la direction :



François Macerola
Directeur général


BILAN

2000
En milliers
de dollars
1999

| ACTIF | |
|-------------------------------|--------|
| Actif à court terme | |
| À recevoir du Canada (note 3) | 27 777 |
| Prêts (note 4) | 1 348 |
| Débiteurs | 4 090 |
| Frais payés d'avance | 540 |
| | 37 432 |
| Prêts (note 4) | 4 399 |
| Investissements | 109 |
| Immobilisations (note 5) | 2 113 |
| | 1 816 |
| | 42 040 |

Voir les notes afférentes aux états financiers

Approuvé par le Conseil :


Laurier L. Lapierre, O.C.
Président

J'ai vérifié le bilan de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne au 31 mars 2000 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de la Société. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'incertitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous égards importants, une image fidèle de la situation financière de la Société au 31 mars 2000 ainsi que les résultats de son exploitation et ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus. Conformément aux exigences de la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, je déclare qu'à mon avis ces principes ont été appliqués de la même manière qu'au cours de l'exercice précédent.

De plus, à mon avis, des registres comptables appropriés ont été tenus par la Société, les états financiers sont conformes à ces derniers et les opérations de la Société dont j'ai eu connaissance au cours de ma vérification des états financiers ont été effectuées, à tous égards importants, conformément à la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne et aux règlements administratifs de la Société.

Pour le vérificateur général du Canada




Richard Flageole, FCA
vérificateur général adjoint


Ottawa, Canada
Le 26 mai 2000

que les opérations sont conformes à la Loi sur la gestion des finances publiques et ses règlements, à la Loi de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne, aux règlements administratifs et aux politiques de la Société.

Le Conseil d'administration est responsable de s'assurer que la direction acquitte de ses responsabilités en matière de présentation de l'information financière tel que précisé ci-dessus. Le Conseil assume cette charge par l'entremise du Comité de vérification qui est composé d'administrateurs dont aucun n'est membre de la direction. Le Comité revoit les états financiers trimestriels, ainsi que les états financiers annuels et tous rapports s'y rattachant; le Comité rencontre annuellement le vérificateur externe et, peut faire des recommandations au Conseil d'administration à l'égard de ceux-ci et/ou d'affaires connexes.

Le vérificateur externe, le vérificateur général du Canada, effectue un examen indépendant des états financiers et présente son rapport à la Société et au ministre du Patrimoine canadien.


François Macerola
Le directeur général


Le directeur, finances et administration
Danny Chalfour

Montréal, Canada
Le 26 mai 2000

Les états financiers de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne ont été approuvés par le Conseil d'administration et ont été approuvés par le Conseil d'administration de la Société. Les états financiers ont été dressés selon les principes comptables généralement reconnus et, lorsque cela est approprié, comprennent des estimations fondées sur l'expérience et le jugement de la direction. La direction est également responsable de tous les autres renseignements présentés dans le rapport annuel et de leur concordance avec les états financiers.

La direction maintient des systèmes comptables, financiers, de contrôle de gestion et d'information, de même que des pratiques de gestion conçus pour fournir une garantie raisonnable que des informations fiables et pertinentes sont disponibles au moment opportun; que les éléments de l'actif sont protégés et contrôlés; que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue de la réalisation des objectifs de la Société et que l'exploitation est menée efficacement. Ces systèmes et pratiques sont également conçus pour fournir une assurance raisonnablement

ÉTATS FINANCIERS

%

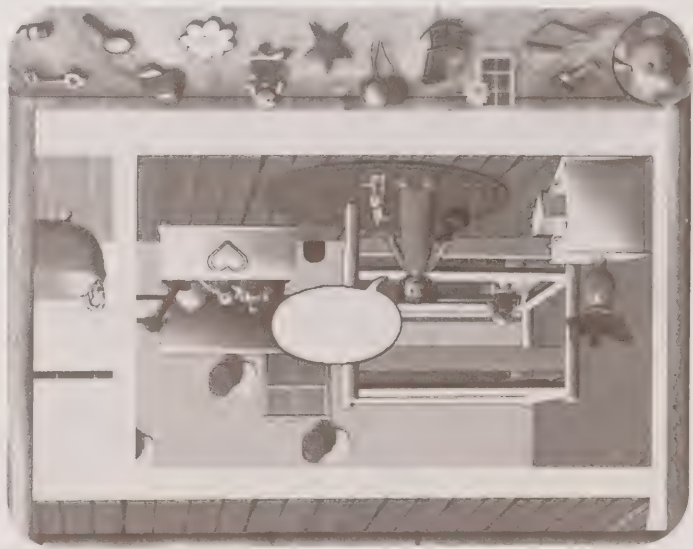
()

,

\$

Dix-sept projets de production

L'analyse de la structure financière des 17 projets de production de l'exercice démontre que l'appui du fonds représente 31 % des devis ; le secteur privé (producteurs, distributeurs, équipes, services), 32 % ; les fonds d'aide privés, 5 % ; les crédits d'impôt fédéraux et provinciaux, 18 % ; les organismes fédéraux et provinciaux, 9 % ; et les participants étrangers, 5 %.



SUZIE DOLLMOUSE

Il est rare qu'un jeu multimédia suscite autant d'intérêt : pour un certain nombre de vendeurs, a même garanti au producteur un certain nombre de ventes. Destiné aux enfants de 4 à 7 ans, le jeu multimédia permet de créer une maison de poupée

1999-2000 : une centaine de compagnies ont eu accès au Fonds

Le Fonds appuie des projets variés : documentaires, documents de référence, produits éducatifs et ludico-éducatifs, jeux d'action et de stratégie, et sites Internet. Les projets financés ont été présentés par une centaine de compagnies canadiennes, principalement des entreprises spécialisées en multimédia, mais aussi des producteurs de films et d'émissions de télévision qui diversifient leurs activités, et des maisons d'édition traditionnelles qui explorent aussi de nouvelles voies.

Plusieurs projets s'adressent spécifiquement aux enfants. Les jeunes consommateurs ont ainsi l'occasion de découvrir les nouveaux médias grâce à des produits culturels canadiens qui encouragent la connaissance et stimulent leur imagination et leur esprit de découverte.

www.telefilm.gc.ca

Pour plus de renseignements sur Téléfilm Canada et l'industrie canadienne du film, de la télévision et des nouveaux médias.

Création d'un regroupement national

1999-2000 a vu la création d'un regroupement national des associations du multimédia, IMPAC, ce qui témoigne de la vitalité de cette industrie. Plusieurs nouveaux outils de communication ont été créés au cours de l'exercice – répertoires, guides, magazines, sites Internet – qui illustrent l'envergure, le savoir-faire et les défis d'une industrie qui compte plus de 1 000 compagnies à l'échelle canadienne.

Cap sur la formation et sur le développement international

La Société s'assure que l'industrie de la production et de la distribution d'œuvres multimédias soit concurrentielle sur les marchés national et international. Ainsi, tel qu'entendu avec le ministère du Patrimoine canadien, Téléfilm a injecté, en 1999-2000, une somme de 500 000 \$ pour appuyer diverses activités de l'industrie.

La Société a appuyé des activités encourageant le développement professionnel et industriel du secteur du multimédia. Il s'agit principalement d'activités de formation, de recherche, de production et de publication des professionnels du multimédia. Le développement international des entreprises a été à l'ordre du jour. Les entreprises ont ainsi eu accès aux services logistiques et promotionnels de Téléfilm dans les événements internationaux, soit le MILIA à Cannes, le E3 à Los Angeles, le MIM à Montréal et l'Atlantic Media Awards (ADMF) à Baddeck, en Nouvelle-Écosse. En 2000-2001, Téléfilm participera aussi au ECTS de Londres, un marché qui ouvrira de nouvelles perspectives aux créateurs, producteurs et distributeurs canadiens.

À Téléfilm Canada, des experts-conseils en multimédia

Téléfilm Canada met à la disposition des producteurs et distributeurs de produits multimédias les services d'experts-conseils en la matière. De plus, l'industrie du multimédia bénéficie de l'expertise de Téléfilm en matière d'analyse de contenu, d'analyse financière et juridique, de marketing, de communications et de relations internationales.

Du côté des nouveaux médias, l'exercice 1999-2000 a été marqué par des projets de grande

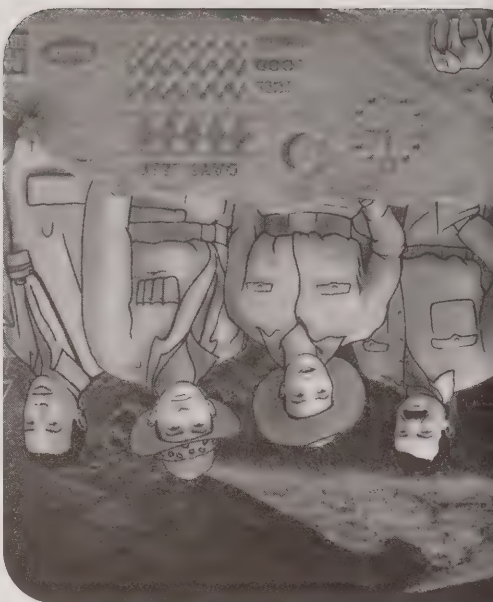
qualité, aux thèmes diversifiés, par une forte participation aux marchés internationaux et par des succès à l'échelle mondiale. En investissant en force le champ des nouveaux médias, les créateurs canadiens démontrent qu'ils sont à l'avant-garde sur le plan de l'innovation, tant en ce qui concerne le contenu que les nouvelles technologies.

Grâce à un budget de 30 millions de dollars répartis sur cinq exercices, soit 1998 à 2003, le Fonds pour le multimédia de Téléfilm Canada contribue à cette vitalité. Au cours de l'exercice, il a apporté un appui financier de 5,9 millions de dollars au développement, à la production et à la mise en marché d'œuvres canadiennes multimédias destinées au grand public.

Téléfilm administre le Fonds dans le même esprit que ses autres ressources : elle encourage un contenu de grande qualité, crée par des Canadiens de toutes les régions. La Société appuie des projets en français et en anglais, et accorde une attention particulière aux demandes des petites et moyennes entreprises. La Société facilite l'accès du public aux œuvres multimédias canadiennes. Elle entend faire en sorte que les entreprises canadiennes du multimédia soient plus stables et bénéficient d'assises financières plus solides.

Résultats de l'exercice 1999-2000

Le Fonds pour le multimédia a participé au financement de 65 projets dont les devis s'élevaient à 16,7 millions de dollars. La Société a assumé 35 % des devis, comparativement à 33 % au cours du dernier exercice. Cette contribution est plus élevée que celle de Téléfilm à l'industrie du film et de la télévision. Le multimédia est encore un secteur à haut risque, dont les entreprises sont souvent sous-capitalisées et pour lequel il faut créer une nouvelle tradition de partenariats publics et privés, canadiens et internationaux.



Œuvres multimédias

Les produits multimédias canadiens sont d'extraordinaires machines à voyager dans le temps et l'espace, foisonnantes de sons, d'images, d'histoires et de couleurs. On se ballade dans l'histoire du Canada de 1500 à nos jours, on s'y promène librement dans des musées imaginaires, on y visite les plus succulents pays du monde, on décrypte les messages et le pouvoir des médias, on crée des maisons virtuelles, on se familiarise avec la chimie de l'antiquité à l'ère atomique, on explore de nouvelles plantes, on y commande des flottes de vaisseaux interstellaires et, pour finir, on y invente l'avenir, ni plus ni moins...

MONSTER BY MISTAKE - ONLINE ADVENTURE/ L'AVENTURE EN LIGNE
Camblum Entertainment/Catapult Productions
Depuis sa création à l'automne 1999, ce site Internet interactif destiné aux jeunes a reçu plus de 2,2 millions de visiteurs, et a remporté plusieurs prix dont le Intermedia-globe Gold Award au meilleur design au World Media Festival de Hambourg, ainsi que plusieurs prix aux Golden Internet Awards.



La Société a alloué 30 % des engagements du Fonds à des projets de développement, 43 % à des projets de production et 27 % à des projets de marketing. Depuis la création du Fonds, de plus en plus de projets complètent le cycle développement-production-mise en marché. Conséquemment, les ressources allouées au marketing de projets augmentent chaque année.

Au cours de l'exercice, 66 % des fonds ont été consacrés à des projets en anglais et 34 % à des projets en français. La production régionale augmente et représente cette année près de 50 % des ressources du Fonds, mais le développement du secteur du multimédia demeure inégal au pays en raison, principalement, des mesures incitatives qui varient beaucoup d'un gouvernement provincial à l'autre. Montréal et Vancouver se révèlent les principaux centres de multimédia du pays, avec une part respective de 41 % et de 27 % des ressources du Fonds. Des projets sont également issus des provinces des Prairies, de la région atlantique et de différentes régions du Québec et de l'Ontario, ce qui reflète l'intérêt national envers les nouvelles technologies de création.

LE MONDE SELON HEMINGWAY

Judith Beauregard,
Productions Pascal Blais
Elle Charest
Produit dérivé du film
d'animation Le Vif! Homme
et la mer, gagnant d'un Oscar,
ce cédé-rom ludo-éducatif
est destiné aux jeunes entre
12 et 17 ans. Produit en
français et en anglais, il
fera l'objet d'une distribution
sur le marché américain
à l'automne.

| RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS | | | |
|---|----|--------|-------|
| Lieu | | | |
| Nombre de projets | | | |
| En milliers de dollars | | | |
| Participation de Téléfilm Canada % du devis | | | |
| Colombie-Britannique | 18 | 3 768 | 1 606 |
| Alberta | 1 | 225 | 100 |
| Saskatchewan | 1 | 129 | 45 |
| Manitoba | 0 | 0 | 0 |
| Ontario (à l'exclusion de Toronto) | 1 | 234 | 65 |
| Québec (à l'exclusion de Montréal) | 4 | 1 189 | 420 |
| Nouveau-Brunswick | 0 | 0 | 0 |
| Nouvelle-Écosse | 5 | 1 457 | 286 |
| Ile-du-Prince-Édouard | 0 | 0 | 0 |
| Terre-Neuve | 1 | 117 | 30 |
| Sous-total | 31 | 7 118 | 2 552 |
| TOTAL | 65 | 16 703 | 5 861 |

Le lieu ou sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats marketing

| RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS | | | |
|---|----|--------|-------|
| Lieu | | | |
| Nombre de projets | | | |
| En milliers de dollars | | | |
| Participation de Téléfilm Canada % du devis | | | |
| Colombie-Britannique | 18 | 3 768 | 1 606 |
| Alberta | 1 | 225 | 100 |
| Saskatchewan | 1 | 129 | 45 |
| Manitoba | 0 | 0 | 0 |
| Ontario (à l'exclusion de Toronto) | 1 | 234 | 65 |
| Québec (à l'exclusion de Montréal) | 4 | 1 189 | 420 |
| Nouveau-Brunswick | 0 | 0 | 0 |
| Nouvelle-Écosse | 5 | 1 457 | 286 |
| Ile-du-Prince-Édouard | 0 | 0 | 0 |
| Terre-Neuve | 1 | 117 | 30 |
| Sous-total | 31 | 7 118 | 2 552 |
| TOTAL | 65 | 16 703 | 5 861 |

Les données sont les mêmes que celles de la page précédente

FONDS POUR LE MULTIMÉDIA



MULTIMEDIA

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

Compagnies bénéficiaires

| CRÉDITS DISPONIBLES | | | TOTAL | | |
|---|--------|-----|--------|-----|--------|
| Fonds principal En milliers de dollars | 10 523 | 990 | 11 512 | | |
| Fonds auxiliaire En milliers de dollars | | | | | |
| Total | | | | | |
| UTILISATION DES CRÉDITS | | | | | |
| Alliance Releasing/Odeon Films* | 2 562 | - | 2 562 | | |
| Aska Film Distribution | - | 122 | 122 | | |
| Compagnie France Film | 874 | - | 874 | | |
| Film Tonic | 805 | 218 | 1 023 | | |
| Films Lions Gate | 2 813 | - | 2 813 | | |
| Films Seville | 1 650 | - | 1 650 | | |
| Motion International | 933 | - | 933 | | |
| Red Sky Entertainment | - | 326 | 326 | | |
| Remstar Distribution | 599 | 15 | 614 | | |
| Société de distribution Cinéma Libre | - | 90 | 90 | | |
| TOTAL | | | 10 236 | 771 | 11 007 |

* Odeon Films a été acquis par le groupe Alliance Releasing.

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

La politique publique de développement du long métrage canadien est actuellement en révision. Téléréalisme Canada, le ministère du Patrimoine canadien et l'industrie visent une politique globale, incluant les secteurs de la production, de la distribution et du marketing. On entend faire en sorte, entre autres, que le cinéma canadien soit plus visible et rejoigne de plus vastes auditoires.

inspire du roman L'ennemi, de l'écrivain acadien Martin Poiré, le scénariste du prestigieux montre bien que les jeunes des régions, comme ceux des grandes villes, vivent



Depuis 1988, les ressources financières du Fonds d'aide à la distribution de longs métrages jouent un rôle à cet égard. Le Fonds intervient à plusieurs phases de la vie d'un long métrage en appuyant de multiples activités des distributeurs, de l'acquisition des droits de distribution (accordés sous forme de minimums garantis sur les recettes futures) jusqu'au lancement en salles et à la promotion.

Au total, le Fonds a appuyé l'achat des droits de distribution de 41 longs métrages, et contribué aux activités de marketing entourant la projection en salles de 24 longs métrages. Le cinéma canadien fait face à une forte compétition qui exige un travail de collaboration étroit de tous les intervenants du milieu. Téléréalisme encourage notamment une plus grande synergie entre les producteurs et les distributeurs et cela, le plus tôt possible dans l'évolution des projets. Cette synergie s'avère cruciale pour la mise en place de stratégies de mise en marché qui retiennent l'attention de publics cibles bien identifiés.

Des marges de crédit selon la performance des compagnies

Le Fonds offre des marges de crédit basées sur la performance des compagnies de distribution, laquelle se mesure par les retours sur la contribution de Téléréalisme et par les recettes aux guichets. Il comprend deux volets. Le Fonds principal s'adresse aux compagnies expérimentées, qui sont fortement engagées dans la diffusion d'œuvres canadiennes. Le Fonds auxiliaire appuie de nouvelles compagnies ou celles dont le volume de distribution de longs métrages canadiens est moindre, de façon à encourager le développement de ces entreprises et leur contribution à l'essor de notre cinéma.

Objectif marketing

Les tests de marché et les tests de projection auprès de différents publics sont des outils de plus en plus utilisés par les producteurs et distributeurs de longs métrages. Quant à la promotion des produits, elle se diversifie et se modernise : de plus en plus de longs métrages ont un site Internet. Au Québec, le pourcentage atteint 35 % et la majorité des plans de marketing pour les demandes de 2000-2001 comprennent cette technologie.

En 1999-2000, le Fonds a engagé une somme de 10,9 millions de dollars, appuyant ainsi les activités de dix entreprises de distribution. Les débours se sont élevés à 11 millions de dollars. Une somme de 8,2 millions de dollars a été allouée à de nouveaux projets, soit 5,1 millions de dollars pour les minimums garantis aux producteurs, 3 millions de dollars pour des activités de marketing et 125 000 \$ en prêts corporatifs. Une somme de 2,8 millions de dollars a été déboursée pour des modifications aux engagements et des paiements sur les contrats des exercices précédents. Soulignons que le pourcentage du Fonds alloué au marketing atteint pour la première fois plus de 30 % des ressources consacrées aux nouveaux projets, ce qui dénote la volonté des distributeurs de mettre l'accent sur la promotion. Parmi les activités de marketing, on compte la création de bandes-annonces, les campagnes publicitaires (notamment à la télévision), les frais de copie de films, le déplacement en région de réalisateurs et de comédiens principaux, l'embauche d'une attachée de presse, des tests de projection, des tests de marché et la création de sites Internet.

ANALYSE DE LA PARTICIPATION FINANCIÈRE

| Nombre de projets* | Devis totaux | Devis** | Fonds de financement de longs métrages | Programme de participation au capital | FCT - | Autres Fonds (Mini-traités et PPRP) | Téléfilm Canada |
|--------------------|--------------|---------|--|---------------------------------------|---------------|-------------------------------------|-----------------|
| | | | En milliers % | En milliers % | En milliers % | En milliers de dollars | % |
| FRANÇAIS | 12 | 26 616 | 17 760 | 5 290 | 29,8 | - | 293 |
| | | | | | 0,0 | | 1,7 |
| ANGLAIS | 12 | 38 084 | 29 895 | 8 859 | 29,6 | 1 663 | 5,6 |
| | | | | | | | 0,0 |
| TOTAL | 24 | 64 700 | 47 654 | 14 149 | 29,7 | 1 663 | 3,5 |
| | | | | | | | 293 |
| | | | | | | | 0,6 |

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT - Programme de participation au capital.
** Ne comprend pas la part étrangère (17 045 317 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

DISTRIBUTEURS

| | | |
|----------|-------|------|
| FRANÇAIS | 1 660 | 9,3 |
| ANGLAIS | 4 426 | 14,8 |
| TOTAL | 6 086 | 12,8 |

SECTEUR PRIVÉ

| | | | | | |
|----------|------------------------------|---------------------|----------------------|----------------|--------|
| Total | Producteurs/Équipes/Services | Fonds d'aide privés | Investisseurs privés | Commanditaires | Autres |
| FRANÇAIS | 1 539 | 8,7 | 900 | 639 | - |
| ANGLAIS | 5 151 | 17,2 | 2 589 | 2 562 | - |
| TOTAL | 6 690 | 14,0 | 3 489 | 3 201 | 0 |

AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

| | | | | |
|----------|--------|------|-------------------------------|---------------------|
| Total | | ONF | Conseil des arts du Canada | Organismes fédéraux |
| FRANÇAIS | 8 367 | 47,1 | 24 | 117 |
| ANGLAIS | 6 228 | 20,8 | - | 15 |
| TOTAL | 14 596 | 30,6 | 24 | 132 |
| | | | | 1 665 |
| | | | | 1 255 |
| | | | | 410 |
| | | | | En milliers |
| | | | | de dollars |
| | | | | En milliers |
| | | | | de dollars |
| | | | | Credit d'impôt |

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

selon le lieu où sont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour la production de projets dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages

| Lieu | Nombre de projets* | Devis** | Participation de Téléfilm Canada |
|------------------------------------|--------------------|------------------------|-----------------------------------|
| | | En milliers de dollars | En milliers de dollars % du devis |
| Montréal | 13 | 22 305 | 6 365 |
| Toronto | 6 | 18 234 | 4 735 |
| Sous-total | 19 | 40 539 | 11 100 |
| Colombie-Britannique | 2 | 5 053 | 2 250 |
| Alberta | 1 | 715 | 336 |
| Saskatchewan | - | - | 0 |
| Manitoba | 1 | 273 | 138 |
| Ontario (à l'exclusion de Toronto) | 1 | - | 0 |
| Québec (à l'exclusion de Montréal) | 1 | 1 075 | 325 |
| Nouveau-Brunswick | - | - | 0 |
| Nouvelle-Écosse | - | - | 0 |
| Ile-du-Prince-Édouard | - | - | 0 |
| Terre-Neuve | - | - | 0 |
| Sous-total | 5 | 7 116 | 3 049 |
| TOTAL | 24 | 47 654 | 14 149 |

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du FCT - Programme de participation au capital.
** Ne comprend pas la part étrangère (17 045 317 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire.

ON THE NOSE
r David Caffrey
Cadence Entertainment Inc. /
Subotica Entertainment Ltd
Première coproduction
Canada-Irlande, ce long
métrage relate les aventures
de Brendan, portier au Dublin
Medical College. Aux prises
avec des problèmes financiers,
il renoue avec son passé
d'ancien joueur compulsif
et se rend au champ de
course local, quelques
complots bien en tête.

développement de la région atlantique ont été mis
en route dans le cadre du FFLM et annoncent des
exercices fructueux sur le plan du cinéma.

Sept coproductions avec sept pays

Quatre coproductions ont été financées avec la
France et d'autres pays partenaires : Des chiens
dans la neige (France), Desire (Allemagne-France),
En vacances (France-Belgique) et Une petite fête
(Belgique-France). Eisenstein a été produite avec
l'Allemagne, On the Nose est une coproduction avec
la Grande-Bretagne et l'Irlande, et Lunch with Charles
a été produite avec Hong-Kong.
Une des sept coproductions était à part égale,
une autre était une majoritaire canadienne, et cinq
autres étaient des minoritaires canadiennes. Les
devis totaux des sept coproductions se sont élevés
à près de 29 millions de dollars. Téléfilm Canada
a assumé 38 % de la part canadienne des devis.



| 1996-1997 | 1997-1998 | 1998-1999 | 1999-2000 | 1993-2000 |
|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| En milliers de dollars % | En milliers de dollars % | En milliers de dollars % | En milliers de dollars % | En milliers de dollars % |
| 7 560 34,8 | 6 464 39,5 | 7 139 34,5 | 5 989 35,9 | 55 653 41,6 |
| 14 152 65,2 | 9 921 60,5 | 13 545 65,5 | 10 686 64,1 | 78 151 58,4 |
| 21 712 100,0 | 16 385 100,0 | 20 684 100,0 | 16 675 100,0 | 133 804 100,0 |

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

| | 1993-1994 | 1994-1995 | 1995-1996 |
|----------|-----------|-----------|-----------|
| FRANÇAIS | 9 720 | 44,5 | 7 447 |
| ANGLAIS | 12 116 | 55,5 | 8 065 |
| TOTAL | 21 836 | 100,0 | 15 512 |
| | | 100,0 | 21 000 |
| | | | 100,0 |

En milliers de dollars

Répartition régionale et linguistique

Les ressources du FFLM ont été réparties équitablement entre la production en français (36 %) et en anglais (64 %). Le Fonds a contribué à l'essor de la production en situation linguistique minoritaire en participant à deux projets en anglais à Montréal.

prises, ce qui a facilité leur financement. Parmi ces projets, on retrouve *Desire*, *Ginger Snaps*, *The Law of* *Attractions*, *Murder à la Folle*, *Possible Worlds* et *Saint-Jude*.

Les entreprises de télédiffusion ont maintenu leur contribution sensiblement au même montant, tandis que les fonds d'aide privés jouent un rôle plus important dans le financement de notre cinéma. Quant aux distributeurs canadiens et aux participants étrangers, ils demeurent des partenaires déterminants de l'essor du cinéma canadien.

GINGER SNAPS



MARINE LIFE

Les autres sources gouvernementales ont assumé près de 31 % des devis, comparativement à 15 % en 1998-1999. Les crédits d'impôt représentent la moitié de leur apport. Téléfilm Canada a été heu- reuse de s'associer à l'Office national du film du Canada, au Conseil des Arts du Canada, aux gouver- nements du Manitoba, du Québec, de l'Ontario, de la Colombie-Britannique et à d'autres organismes provinciaux pour la création de longs métrages.

Un certain nombre de projets sont des copro- ductions, mais plusieurs autres sont des copro- ductions à part entière.

Vingt-trois pour cent des ressources du Fonds ont été allouées à la production régionale, soit approx- imativement la moyenne des derniers exercices. Il faut noter que deux coproductions d'envergure sont issues de la Colombie-Britannique, soit *On the Nose* (Royaume-Uni/Irlande) et *Lunch with* *Charles*, une coproduction avec Hong-Kong.

Le FFLM n'a appuyé aucune production de la région atlantique cette année, mais il faut men- tionner que trois projets de longs métrages ont été financés par l'entremise d'autres fonds, soit *Violent* et *The Bingo Robbers* (Terre-Neuve), et *Parsley Days* (Nouvelle-Écosse). Par ailleurs, 14 projets de

Le Fonds encourage la relève en finançant chaque année des premiers longs métrages. C'est ainsi que de jeunes cinéastes comme Denis Villeneuve, Manon Briand, Louis Bélanger, Tom Fitzgerald, Clement Virgo, Rodrigue Jean et Mina Shum ont fait des débuts remarqués au grand écran au cours des dernières années. À surveiller de près, les car- rrières prometteuses de la relève 1999-2000 en long métrage dont Claude Demers (*L'invention de l'amour*), Jor Einarsson Gustafsson (*Kanadaland*), Philippe Falardeau (*La Moitié gauche du frigo*), Leonard Farlinger (*The Perfect Son*) et Pierre Gréco (*Un petit vent de panique*).



FONDS DE FINANCEMENT DE TELEFILM CANADA

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES



STARDOM
r. Denys Arcand
Cinéma Inc. /
Alliance Alliance
Communications Inc. /
Serenity Point Films /
Ciné b
Le dernier long métrage
de Denys Arcand offre un exposé
percutant de notre culture
obnubilée par la célébrité.
Présenté à la soirée de clôture
du festival de Cannes, le film
a été sélectionné pour ouvrir
le Festival international
du film de Toronto.

En raison des cycles de développement et de production des longs métrages, l'éventail des projets varie d'une année à l'autre en ce qui concerne les devis des productions, le nombre et l'envergure des coproductions, et la contribution des diverses sources de financement.

Cette année, la contribution s'est révélée particulièrement déterminante. De fait, le FFLM a assumé 30 % des devis de l'exercice (14,1 millions de dollars), comparativement à 21 % en 1998-1999. Les devis de l'exercice étaient moins élevés qu'en 1998-1999, la Société ayant appuyé plusieurs premiers longs métrages de la relève.

Plusieurs projets ont obtenu l'appui d'autres fonds et programmes de Téléfilm pour un total de près de 2 millions de dollars, ce qui porte à près de 34 % la contribution de la Société aux projets de l'exercice. Ainsi *Possible Worlds* de Robert Lepage et *Ginger Snaps* de John Fawcett ont été appuyés à la fois par le FFLM et le PPC.

Par l'entremise du FFLM, Téléfilm Canada a appuyé depuis 1986 la carrière de cinéastes comme Denys Arcand, Jean-Claude Lauzon, André Forcier, François Girard, Léa Pool, David Cronenberg, Atom Egoyan, Patricia Rozema, Bruce McDonald et Anne Wheeler. Leurs œuvres et celles de dizaines d'autres cinéastes de talent ont offert au public d'ici et d'ailleurs des images, des histoires et des personnages à nuls autres pareils.

Un bon scénario est un passeport vers la qualité et le succès. Téléfilm Canada s'avère un partenaire de premier plan de l'industrie à cet égard. En 1999-2000, elle a assumé 31 % des devis totaux des projets de développement, qui s'élevaient à 4,9 millions de dollars. Notons que la majorité des projets de l'exercice proviennent des petites et moyennes entreprises canadiennes, Téléfilm ayant annoncé, en juin 1999, que les ressources en développement seraient désormais allouées uniquement à ces compagnies.

Le Fonds a appuyé 29 projets de Montréal et 32 de Toronto, y consacrant 66 % de ses ressources.

Dans les Prairies et la région atlantique
Développement et scénarisation : un boom

Prix Génie 2000 : Téléfilm Canada est fier de succès de ses investissements !
Le Gala des prix Génie illustre la vitalité de notre cinéma et l'immense talent de ses artisans. Neuf longs métrages financiers par Téléfilm ont raflé 13 prix Génie en janvier 2000 dont ceux du Meilleur film (Sunshine, Robert Lantos, Andras Hamor), de la Meilleure réalisation (*The Five Senses*, Jeremy Podeswa), du Meilleur scénario original (Post Mortem, Louis Bélanger) et des Meilleures recettes (aux guichets *Les Boys II*, Melenny Productions). Les autres lauréats sont existenz de David Cronenberg, *Souvenirs intimes* de Jean Beaudin, *Jacob Two-Two Meets the Hooded Fang* de George Bloomfield, *Dog Park* de Bruce McCulloch et *The Life Before This* de Jerry Ciccoritti.

Le Fonds de financement de longs métrages (FFLM) de Téléfilm Canada est le principal levier public du cinéma canadien.
Grâce à son appui, près de 300 longs métrages canadiens ont été portés à l'écran, dont plusieurs considérés des classiques de notre patrimoine culturel. Le Fonds mise sur la qualité, la diversité et l'originalité, et il encourage la créativité à l'échelle nationale.

Un exercice fructueux
L'exercice 1999-2000 a été particulièrement fructueux, avec 24 productions et 102 projets de développement, comparativement à 21 productions et 85 projets de développement pendant l'exercice précédent. Les devis des 126 projets de l'exercice représentaient près de 70 millions de dollars, si on inclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire (17 millions de dollars). Ces résultats sont un excellent indice de la vitalité de l'industrie et de sa force créatrice à travers le pays.

Téléfilm Canada appuie le cinéma canadien par d'autres fonds et programmes. Au total, la Société a contribué cette année à la création de 46 longs métrages dont plusieurs seront aussi diffusés à la télévision en raison des normes du Fonds canadien de télévision dont Téléfilm administre le Programme de participation au capital. Pour plus de renseignements, veuillez consulter la section Longs métrages du chapitre Faits saillants de l'exercice.

FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES DE TÉLÉFILM CANADA

Contrats signés - Production, scénarisation et développement

Nombre
de projets*
 Devis
En milliers
de dollars
 Téléfilm
Canada
En milliers
de dollars
 Répartition
linguistique
%

| FRANÇAIS | | | | |
|----------------------------------|-----------|---------------|--------------|-------------|
| Production | 12 | 26 616 | 5 290 | |
| Modifications - production*** | - | - | 50 | |
| Sous-total | 12 | 26 616 | 5 340 | |
| Scénarisation et développement | 28 | 1 699 | 520 | |
| Modifications - développement*** | - | - | 129 | |
| Sous-total | 28 | 1 699 | 649 | |
| Sous-total - français | 40 | 28 315 | 5 989 | 35,9 |

ANGLAIS

| | | | | |
|----------------------------------|------------|---------------|---------------|--------------|
| Production | 12 | 38 084 | 8 859 | |
| Modifications - production*** | - | - | 305 | |
| Sous-total | 12 | 38 084 | 9 164 | |
| Scénarisation et développement | 74 | 3 248 | 1 036 | |
| Modifications - développement*** | - | - | 487 | |
| Sous-total | 74 | 3 248 | 1 522 | |
| Sous-total - anglais | 86 | 41 332 | 10 686 | 64,1 |
| TOTAL | 126 | 69 647 | 16 675 | 100,0 |

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier du FCT - Programme de participation au capital.
 ** Comprend les devis totaux des coproductions
 *** Les modifications incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des exercices précédents.



CINEMA

PRÉSENTATION DES ÉMISSIONS AU PUBLIC CANADIEN

Entreprises de télédiffusion

| Nombre de projets | En langues autochtones | | | |
|--|---------------------------|-------------|------------|-------|
| | Total | En français | En anglais | Total |
| Nombre d'heures en première diffusion | | | | |

SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE

| | | | | |
|---------------------------------------|----|-----|-----|--------|
| Télévision conventionnelle | | | | |
| Canwest Global | 1 | 1 | 4 | 6 |
| CHUM | - | - | 2 | 2 |
| CTV - réseau (Baton)/autres affiliées | 2 | - | 15 | 17 |
| Indépendantes | 16 | - | 4 | 20 |
| Groupe TVA | - | 6 | 4 | 10 |
| Télévision Quatre Saisons | - | 1 | - | 1 |
| WIC | - | 2 | 4 | 6 |
| Télévision éducative | | | | |
| Access | - | - | 4 | 4 |
| Canadian Learning Channel | - | - | 1 | 1 |
| Knowledge | 3 | - | 11 | 14 |
| SCN | 5 | 1 | 15 | 21 |
| Télé-Québec | - | 22 | - | 22 |
| TVOntario/TFO | - | 8 | 5 | 13 |
| Télévision payante | | | | |
| Movie Network | - | - | 2 | 2 |
| Superchannel | - | - | 3 | 3 |
| Services spécialisés | | | | |
| Bravo! | - | 6 | 5 | 11 |
| Canal D | - | 3 | 3 | 6 |
| Canal Famille | - | 2 | 1 | 3 |
| Comedy Network | - | - | 2 | 2 |
| Discovery Channel (The) | - | - | 6 | 6 |
| History Television | - | - | 6 | 6 |
| Life Network (The) | - | - | 5 | 5 |
| Teletoon | - | - | 1 | 1 |
| TV5 | - | 13 | 2 | 15 |
| Vision TV | 2 | 1 | 16 | 19 |
| WTN | 1 | - | 8 | 9 |
| YTV | - | - | 9 | 9 |
| Sous-total | 30 | 66 | 138 | 234 |
| TOTAL | 30 | 117 | 197 | 344 |
| | | | | 1255,6 |

La participation de plus d'une entreprise de télédiffusion à un même projet contribue à accroître l'accès du public aux nouvelles émissions canadiennes. Ainsi, en 1999-2000, les 216 projets financés correspondent à 344 projets diffusés et les 885,2 heures de production représentent 1255,6 heures de diffusion.

PARTICIPATION TOTALE DES ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION CANADIENNES

| Entreprises de télédiffusion | Dramatiques | Variétés | Enfants Documentaires | Longs métrages* | Total |
|------------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|------------------------|
| | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |

SECTEUR PRIVÉ ET TÉLÉVISION ÉDUCATIVE

| | | | | | |
|---------------------------------------|--------|-------|--------|--------|-----|
| Télévision conventionnelle | 3 275 | 30 | 85 | 87 | - |
| Canwest Global | - | - | - | - | - |
| CHUM | - | - | - | 80 | 50 |
| CTV - réseau (Baton)/autres affiliées | 12 100 | - | 623 | 332 | - |
| Indépendantes | 285 | 13 | 455 | 255 | - |
| Groupe TVA | 5 810 | - | - | 125 | 200 |
| Télévision Quatre Saisons | - | - | - | 195 | - |
| WIC | - | - | 300 | 48 | - |
| Télévision éducative | - | - | - | - | - |
| Access | - | - | - | 48 | - |
| Canadian Learning Channel | - | - | - | 2 | - |
| Knowledge | - | - | - | 108 | - |
| SCN | - | - | 242 | 148 | - |
| Télé-Québec | 797 | 71 | 2 814 | 1 410 | - |
| TVOntario/TFO | 200 | 482 | 1 129 | 784 | - |
| Télévision payante | - | - | - | - | 455 |
| Movie Network | - | - | - | - | - |
| Superchannel | 1 400 | - | 93 | - | 18 |
| Services spécialisés | - | 362 | - | 121 | - |
| Bravo! | - | - | - | - | - |
| Canal D | - | - | - | 699 | - |
| Canal Famille | 538 | - | 643 | - | - |
| Comedy Network | 674 | - | - | - | - |
| Discovery Channel (The) | - | - | - | 2 352 | - |
| History Television | - | - | - | 760 | - |
| Life Network (The) | - | - | - | 1 544 | - |
| Teletoon | - | - | 1 062 | - | - |
| TV5 | 25 | 45 | - | 231 | - |
| Vision TV | 50 | - | 55 | 581 | - |
| WTN | - | - | - | 717 | - |
| YTV | 476 | - | 4 154 | - | - |
| Sous-total | 25 630 | 1 002 | 11 656 | 10 628 | 723 |

SECTEUR PUBLIC

| | | | | | |
|-----------------------------------|--------|-------|--------|--------|--------|
| CBC réseau et stations régionales | 20 337 | 258 | 772 | 2 443 | 150 |
| CBC Newsworld | - | - | - | 43 | - |
| RC réseau et stations régionales | 12 304 | 534 | 1 394 | 1 433 | 25 |
| RDI - le réseau de l'information | - | - | - | 29 | - |
| Sous-total | 32 642 | 792 | 2 166 | 3 948 | 175 |
| TOTAL | 58 272 | 1 794 | 13 822 | 14 576 | 898 |
| | | | | | 89 361 |

* Les droits payés par les diffuseurs pour les longs métrages étant en général inclus dans les avances de distribution, ils ne figurent donc pas tous au tableau.

SECTEUR PRIVÉ

| Catégories | Total | | | |
|------------|--------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|---------------------------|
| | Protecteurs/ Équipés/ Services | Fonds d'aide Commanditaires | Autres | |
| | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars |

FRANÇAIS

| | | | | | | |
|----------------|-------|------|-------|-------|-----|-----|
| Dramatiques | 2 776 | 4,2 | 1 915 | 350 | 511 | - |
| Variétés | 663 | 13,3 | 356 | 242 | 65 | - |
| Enfants | 1 246 | 7,5 | 1 046 | 200 | - | - |
| Documentaires | 1 318 | 5,7 | 1 010 | 239 | 20 | 49 |
| Longs métrages | 683 | 4,5 | 323 | 100 | 200 | 60 |
| Sous-total | 6 687 | 5,3 | 4 651 | 1 131 | 796 | 109 |

ANGLAIS

| | | | | | | |
|----------------|--------|------|--------|-------|-----|---|
| Dramatiques | 20 466 | 11,6 | 17 724 | 2 669 | 73 | - |
| Variétés | 131 | 4,3 | 131 | - | - | - |
| Enfants | 8 513 | 16,6 | 4 649 | 3 865 | - | - |
| Documentaires | 2 773 | 8,3 | 2 058 | 663 | 52 | 1 |
| Longs métrages | 724 | 3,5 | 724 | - | - | - |
| Sous-total | 32 607 | 11,5 | 25 285 | 7 196 | 125 | 1 |

LANGUES AUTOCHTONES

| | | | | | |
|--------|------|--------|-------|-----|-----|
| 819 | 18,7 | 614 | 101 | 22 | 82 |
| 40 113 | 9,7 | 30 550 | 8 429 | 942 | 192 |

AUTRES SOURCES GOUVERNEMENTALES

ère - Production seulement

| Catégories | Total | | | |
|------------|---------------------------|------------------------------|-------------------------------|--|
| | ONF | Crédit d'impôt fédéral | Autres Organismes fédéraux | |
| | En milliers de dollars | En milliers de dollars | En milliers de dollars | |

FRANÇAIS

| | | | | | | |
|----------------|--------|------|-----|-------|-----|-----|
| Dramatiques | 14 639 | 22,0 | - | 4 691 | - | - |
| Variétés | 1 129 | 22,7 | - | 285 | - | - |
| Enfants | 3 618 | 21,7 | - | 1 142 | - | - |
| Documentaires | 6 587 | 28,5 | 225 | 1 245 | 133 | - |
| Longs métrages | 8 300 | 54,2 | - | 535 | - | - |
| Sous-total | 34 272 | 27,1 | 225 | 7 897 | 133 | 377 |

ANGLAIS

| | | | | | | |
|----------------|--------|------|-------|--------|-----|-------|
| Dramatiques | 22 054 | 12,5 | 450 | 9 613 | 75 | - |
| Variétés | 4 74 | 15,7 | - | 220 | 60 | - |
| Enfants | 4 850 | 9,4 | - | 1 897 | - | - |
| Documentaires | 5 396 | 16,1 | 557 | 1 351 | 385 | - |
| Longs métrages | 5 127 | 24,7 | - | 1 352 | - | - |
| Sous-total | 37 901 | 13,3 | 1 007 | 14 433 | 520 | 2 011 |

LANGUES AUTOCHTONES

| | | | | | | |
|--------|------|-------|--------|-------|-----|-------|
| 1 142 | 26,0 | 165 | 0 | 808 | 0 | 0 |
| 73 315 | 17,6 | 1 397 | 22 330 | 1 461 | 268 | 2 030 |

TOTAL

principalement des projets régionaux à petit budget. Au total, en 1999-2000, la Société a contribué à la production de 46 longs métrages et au développement de 102 nouveaux projets de longs métrages.

Quatorze coproductions avec six pays

Quatorze coproductions ont été signées avec l'ap- pui du PPC cette année, qui a alloué 4,3 millions de dollars. Les devis totaux de ces œuvres ont été de 43,7 millions de dollars. La part canadienne repré- sentait 62 % de cette somme, dix coproductions

es témoignages de personni- tés d'une maladie mer de la recherche sur chacune de ces maladies



ENTREPRISES DE TÉLÉDIFFUSION

| Catégorie | Français | | | | Anglais | | | |
|----------------|----------|--------------------|-----|-----------------|---------|--------------------|-------|-----------------|
| | Total | CBC/ CBC Newsworld | RDI | R/C/ R/ régions | Total | CBC/ CBC Newsworld | RDI | R/C/ R/ régions |
| Dramatiques | 18 974 | 28,5 | - | - | 12 304 | 18,5 | 797 | 200 |
| Variétés | 1 256 | 25,2 | - | - | 534 | 10,7 | 71 | 482 |
| Enfants | 5 115 | 30,7 | - | - | 1 251 | 7,5 | 2 814 | 550 |
| Documentaires | 4 680 | 20,3 | 102 | - | 1 508 | 6,5 | 1 410 | 663 |
| Longs métrages | 225 | 1,5 | - | - | 25 | 0,2 | - | - |
| Sous-total | 30 251 | 23,9 | 102 | 0 | 15 622 | 12,4 | 5 092 | 1 895 |

| Catégorie | Français | | | | Anglais | | | |
|----------------|----------|--------------------|-----|-----------------|---------|--------------------|-------|-----------------|
| | Total | CBC/ CBC Newsworld | RDI | R/C/ R/ régions | Total | CBC/ CBC Newsworld | RDI | R/C/ R/ régions |
| Dramatiques | 18 974 | 28,5 | - | - | 12 304 | 18,5 | 797 | 200 |
| Variétés | 1 256 | 25,2 | - | - | 534 | 10,7 | 71 | 482 |
| Enfants | 5 115 | 30,7 | - | - | 1 251 | 7,5 | 2 814 | 550 |
| Documentaires | 4 680 | 20,3 | 102 | - | 1 508 | 6,5 | 1 410 | 663 |
| Longs métrages | 225 | 1,5 | - | - | 25 | 0,2 | - | - |
| Sous-total | 30 251 | 23,9 | 102 | 0 | 15 622 | 12,4 | 5 092 | 1 895 |

| Catégorie | Français | | | | Anglais | | | |
|----------------|----------|--------------------|--------|-----------------|---------|--------------------|-----|-----------------|
| | Total | CBC/ CBC Newsworld | RDI | R/C/ R/ régions | Total | CBC/ CBC Newsworld | RDI | R/C/ R/ régions |
| Dramatiques | 39 298 | 22,3 | 20 337 | - | 20 337 | 11,6 | - | - |
| Variétés | 525 | 17,4 | 258 | - | 258 | 8,5 | - | - |
| Enfants | 8 707 | 16,9 | 772 | - | 143 | 915 | 1,8 | - |
| Documentaires | 9 461 | 28,2 | 2 341 | 43 | 56 | 2 440 | 7,3 | - |
| Longs métrages | 673 | 3,2 | 150 | - | - | 150 | 0,7 | - |
| Sous-total | 58 663 | 20,6 | 23 858 | 43 | 199 | 24 100 | 8,5 | 0 |

| Langues Autochtones | | | | TOTAL | | | |
|---------------------|------|---|---|-------|-------|--------|--------|
| 448 | 10,2 | 0 | 0 | 43 | 29 | 15 690 | 39 723 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 9,6 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 5 092 |
| 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 594 |
| 74 | 74 | 0 | 0 | 547 | 8 234 | 2,0 | |

Documentaires

Miroirs d'un riche patrimoine, les documentaires donnent la parole aux diverses communautés canadiennes, dont les autochtones, célèbrent la beauté et les paysages de notre pays, tout en abordant certains des sujets les plus brûlants de l'heure, comme la préservation de la nature, le sort des minorités, l'immigration, la jeunesse, la famille, les droits humains ou le rôle de la science. Des regards canadiens sur le passé, le présent et l'avenir, ici et ailleurs.

étant à majorité canadienne. Le PPC a assumé 16 % de la part canadienne des devis. Ces projets de coproduction ont été signés avec six pays, soit la France, le Royaume-Uni, Israël, l'Australie, l'Afrique du Sud et la Chine.

Développement de 204 projets :

la télévision de l'avenir. Développer et scénariser de nouveaux projets est de première importance, puisque notre télévision doit sans cesse se renouveler pour répondre aux attentes du public. Le PPC facilite la création en encourageant les producteurs à miser sur de nouvelles idées. C'est un partenaire important des producteurs à ce niveau, puisqu'il assume en moyenne 35 % des coûts de

métrages sont en anglais : *Café Olé* de Richard Roy (Montréal), *Ginger Snaps* de John Fawcett (Toronto), *Marine Life* de Anne Wheeler (Vancouver), *Possible Worlds* de Robert Lepage (Toronto), *Two Thousand and None* d'Arto Paragamian (Montréal) et *Violent de Rosemary House* (St. John's, Terre-Neuve). En plus de sa contribution dans le cadre du PPC, Téléfilm appuie l'industrie du cinéma par l'intermédiaire du Fonds de financement de longs métrages et du Fonds régulier, lequel finance



Arto Paragamian
Galilim Productions 2000 Inc.
Après avoir longtemps étudié l'extinction des espèces, le paléontologue Benjamin Kasparian est confronté à l'immensité de sa propre mort. Mais c'est sur le ton de la comédie que ce film explore la vie et d'autres conditions temporaires...

TWO THOUSAND AND NONE

Longs métrages
L'inspiration des réalisateurs et scénaristes canadiens ne connaît pas de limites et aborde la petite aussi bien que la grande histoire, les tribulations amoureuses, les blessures familiales, tous les âges de la vie, la recherche de soi et, parfois, la nécessité de sauver sa peau. On nous parle de la vie et d'autres états mortels, sur un ton toujours juste, qu'il s'agisse de comédie, de tragédie ou de tragi-comédie...

La contribution du PPC a représenté 20,6 % des devis des 11 longs métrages de l'exercice, devis qui s'élevaient à 36 millions de dollars. Le PPC a appuyé des projets de qualité, signés par des cinéastes renommés et par une relève de talent. Ces projets seront présentés en premier lieu dans les salles de cinéma et par la suite, à la télévision.

Cinq projets ont été produits en français à Montréal : 15 février 1839 de Pierre Falard, *La Beauté de Pandore* de Charles Binamé, *Les Muses orphelines* de Robert Favreau, *PinPon* le film de Ghyslaine Côté et *La Vie après l'amour* de Gabriel Pelletier. Inspiré de la populaire télésérie éponyme, *PinPon* est le premier long métrage canadien en français pour les enfants de trois à cinq ans. Six longs

| FCT - Programme de droits de diffusion | % | Entreprises de télédiffusion | | Secteur privé | Distributeurs | | Autres sources gouvernementales | | Participants étrangers | | |
|--|------|------------------------------|------|---------------|---------------|--------|---------------------------------|--------|------------------------|--------|------|
| | | de dollars | % | | de dollars | % | de dollars | % | | | |
| 12 678 | 19,1 | 18 974 | 28,5 | 2 776 | 4,2 | 838 | 1,3 | 14 639 | 22,0 | - | 0,0 |
| 410 | 8,2 | 1 256 | 25,2 | 663 | 13,3 | 214 | 4,3 | 1 129 | 22,7 | - | 0,0 |
| 3 282 | 19,7 | 5 115 | 30,7 | 1 246 | 7,5 | 200 | 1,2 | 3 618 | 21,7 | - | 0,0 |
| 4 282 | 18,6 | 4 680 | 20,3 | 1 318 | 5,7 | 553 | 2,4 | 6 587 | 28,5 | 323 | 1,4 |
| 1 991 | 13,0 | 225 | 1,5 | 683 | 4,5 | 1 610 | 10,5 | 8 300 | 54,2 | - | 0,0 |
| 22 644 | 17,9 | 30 251 | 23,9 | 6 687 | 5,3 | 3 415 | 2,7 | 34 272 | 27,1 | 323 | 0,3 |
| 30 403 | 17,3 | 39 298 | 22,3 | 20 466 | 11,6 | 13 799 | 7,8 | 22 054 | 12,5 | 9 845 | 5,6 |
| 372 | 12,3 | 525 | 17,4 | 131 | 4,3 | 239 | 7,9 | 474 | 15,7 | 412 | 13,7 |
| 4 859 | 9,5 | 8 707 | 16,9 | 8 513 | 16,6 | 5 242 | 10,2 | 4 850 | 9,4 | 11 108 | 21,6 |
| 4 476 | 13,3 | 9 461 | 28,2 | 2 773 | 8,3 | 1 249 | 3,7 | 5 396 | 16,1 | 2 054 | 6,1 |
| 3 096 | 14,9 | 673 | 3,2 | 724 | 3,5 | 2 741 | 13,2 | 5 127 | 24,7 | 2 368 | 11,4 |
| 43 207 | 15,2 | 58 663 | 20,6 | 32 607 | 11,5 | 23 269 | 8,2 | 37 900 | 13,3 | 25 787 | 9,1 |
| 0 | 0,0 | 448 | 10,2 | 819 | 18,7 | 0 | 0,0 | 1 142 | 26,0 | 0 | 0,0 |
| 15,8 | | 89 361 | 21,5 | 40 113 | 9,7 | 26 684 | 6,4 | 73 315 | 17,6 | 26 110 | 6,3 |
| 65 851 | | | | | | | | | | | |

Ne comprend pas la part étrangère (7 417 309 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire. Tous les pourcentages sont calculés sur ces montants.

| FRANÇAIS | | | | | | | | | |
|---------------------|--------------------|----------------------|---------|-------------|---|--|---------------------|-----------------|-----|
| Catégories | Nombre de projets* | Heures de production | Devis | Devis** | FCT - Programme de participation de financement de longs métrages | Fonds de financement de longs métrages | Autres fonds (PPRP) | Téléfilm Canada | |
| | | | | En milliers | En milliers | En milliers | En milliers | de dollars | % |
| Dramatiques | 18 | 149,0 | 66 471 | 16 566 | 24,9 | 16 566 | 24,9 | 0,0 | - |
| Variétés | 7 | 18,0 | 4 981 | 1 309 | 26,3 | 1 309 | 26,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 8 | 135,8 | 16 640 | 3 179 | 19,1 | 3 179 | 19,1 | 0,0 | - |
| Documentaires | 43 | 96,4 | 23 077 | 5 313 | 23,0 | 5 313 | 23,0 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 5 | 8,2 | 15 309 | 2 500 | 16,3 | 2 500 | 16,3 | 0,0 | - |
| Sous-total | 81 | 407,3 | 126 478 | 28 867 | 22,8 | 28 867 | 22,8 | 0,0 | 19 |
| ANGLAIS | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | 0,0 | - |
| Longs métrages | 6 | 10,0 | 20 761 | 4 935 | 23,8 | 4 935 | 23,8 | 0,0 | - |
| Sous-total | 119 | 443,6 | 292 147 | 61 700 | 21,7 | 61 700 | 21,7 | 0,0 | 498 |
| LANGUES AUTOCHTONES | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| Sous-total | 16 | 34,3 | 4 388 | 1 979 | 45,1 | 1 979 | 45,1 | 0,0 | 0 |
| TOTAL | | | | | | | | | |
| Dramatiques | 29 | 187,5 | 175 983 | 39 842 | 22,6 | 39 842 | 22,6 | 0,0 | - |
| Variétés | 3 | 3,0 | 3 015 | 763 | 25,3 | 763 | 25,3 | 0,0 | - |
| Enfants | 14 | 84,4 | 58 364 | 8 037 | 15,6 | 8 037 | 15,6 | 0,0 | - |
| Documentaires | 67 | 158,7 | 34 023 | 8 123 | 24,2 | 8 123 | 24,2 | | |

Partenariats internationaux

Les partenariats internationaux sont essentiels à la production canadienne. Cette année, la part des coproducteurs, télédiffuseurs et distributeurs étrangers aux projets du PPC s'est élevée à 33,5 millions de dollars. Plus de la moitié de cette somme, soit 17,5 millions de dollars, provient des distributeurs étrangers des productions canadiennes en anglais.

Record des allocations en dehors de Montréal et de Toronto : 36 % des allocations du PPC

Le PPC encourage la créativité à l'échelle canadienne, ce qui permet à toutes les communautés de présenter leurs histoires et leurs images sur les écrans. Le programme a alloué 34 % de ses contributions à des projets de Montréal, 30 % à des projets de Toronto et 36 % à des projets produits dans d'autres villes dont Vancouver, Edmonton, Calgary, Ottawa, Moncton, St. John's et Halifax.

Il s'agit d'une nette augmentation des projets régionaux, qui représentaient 29 % des allocations du PPC en 1998-1999. Alors que l'aide à la production de la région atlantique restait stable, celle de la région de l'Ouest a augmenté de 24 %.

La Colombie-Britannique, avec 18 % des ressources du PPC, et les provinces des Prairies, avec 7 %, ont connu un boom considérable. Ainsi, la contribution aux projets de la Colombie-Britannique a été passée de 12,9 millions à plus de 16 millions de dollars, et celle aux projets du Manitoba, de 800 000 \$

Œuvres autochtones

1999-2000 a vu la création du premier réseau national autochtone au monde, APTN, un réseau canadien. Président du réseau au moment de son lancement, Abraham Tagalik a déclaré : « Cette décision historique créera des ponts importants entre les autochtones et les autres peuples du Canada. Des ponts qui favoriseront la compréhension mutuelle. » Directeur de la programmation, Jim Compton ajoutait : « Nous créons ce réseau pour retrouver notre culture, nos traditions, nos langues. Nous voulons créer de l'emploi, nous voulons créer de l'espoir. » En témoignent les 16 projets en langues autochtones de l'exercice, et d'autres productions autochtones en français et en anglais.

RÉPARTITION LINGUISTIQUE DES PROJETS

Production, scénarisation, développement et modifications

| LANGUES AUTOCHTONES | ANGLAIS | FRANÇAIS | TOTAL | | | |
|---------------------|---------|----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| | | | 1996-1997 | 1997-1998 | 1998-1999 | 1999-2000 |
| 0 | 82 183 | 38 241 | 120 424 | 100,0 | 96 302 | 100,0 |
| 0,0 | 68,2 | 31,8 | | 1,0 | 1 000 | 1,0 |
| 1 000 | 59 892 | 35 410 | | 1,0 | 1 000 | 1,0 |
| 1,0 | 62,2 | 36,8 | | 104 907 | 100,0 | 100,0 |
| 1 000 | 68 235 | 35 672 | | 96 530 | 100,0 | 100,0 |
| 1,0 | 65,0 | 34,0 | | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| 1 998 | 64 128 | 30 404 | | 96 530 | 100,0 | 100,0 |
| 2,1 | 66,4 | 31,5 | | 418 163 | 100,0 | 100,0 |
| 3 998 | 274 438 | 139 727 | | 100,0 | 100,0 | 100,0 |
| 65,6 | | 33,4 | | | | |

En milliers de dollars
1996-2000
En milliers de dollars
1999-2000

à 2,2 millions de dollars. L'activité a aussi augmenté en Ontario et dans la région du Nord, incluant le nouveau territoire du Nunavut.

Des projets en langues française, anglaise et autochtones

Le PPC appuie équitablement la production en français et en anglais, et accorde une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire et à la production en langues autochtones.

Répartition des allocations

En 1999-2000, 31,5 % de la contribution du PPC a été allouée à la production de langue anglaise et 2,1 % à la production de langues autochtones. La contribution aux projets en français est inférieure à celle des années précédentes pour des raisons ponctuelles liées principalement aux cycles de production des entreprises. La moyenne de la contribution du PPC à des projets de langue française depuis 1996 est de 33,4 %.

Production en situation linguistique minoritaire

Le PPC a contribué au financement de 44 projets de production et de développement issus de milieux en situation linguistique minoritaire, y allouant 8,9 millions de dollars. Les devis s'élevaient à près de 35 millions de dollars. Le PPC a accordé 5,6 millions de dollars à 19 projets en anglais.

CONSEILS

Divers "éléfants" Productions Au Québec chez les 2 à 6 ans, trois enfants sur quatre suivent quotidiennement les aventures extraordinaires des Joyeux personnages-animaux de Cornuse. Des sa première année de diffusion, l'émission a réussi un tour de force en remportant pas moins de 5 prix Cèmex !



Au total, la participation de Téléfilm et des deux programmes du Fonds canadien de télévision, soit le PPC et le PDD, représente 38,5 % des devis de l'exercice. La contribution des entreprises de télédiffusion aux projets est en croissance : elle était de 17,8 % en 1997-1998, de 19,3 % en 1998-1999 et de 21,5 %



L'ENFANT DE LA MUSIQUE

Diffusée en premier au canal Bravo! en octobre 1999, cette œuvre transposée en images poétiques *Le Quatuor à cordes* en ré mineur, K. 421 de Mozart. L'enfant de la musique est le quatrième titre de la collection *Musique de chambre*. La série est vendue sur l'ensemble du territoire nord-américain, de même qu'en France et en Allemagne

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES PROJETS

ont situées les entreprises avec lesquelles la Société a conclu des contrats pour le financement de productions dans le cadre du FCT – Programme de participation au capital

| Lieu | Nombre de projets* | Nombre d'heures de production | Devis** | Participation de Téléfilm Canada |
|------------------------------------|--------------------|-------------------------------|---------|----------------------------------|
| Montreal | 85 | 375,0 | 141 364 | 31 442 |
| Toronto | 43 | 189,9 | 142 223 | 28 086 |
| Sous-total | 128 | 564,9 | 283 587 | 59 529 |
| Colombie-Britannique | 31 | 108,0 | 66 505 | 16 219 |
| Alberta | 8 | 23,2 | 9 317 | 2 526 |
| Saskatchewan | 5 | 21,5 | 6 414 | 1 664 |
| Manitoba | 5 | 19,5 | 8 581 | 2 150 |
| Région du Nord | 3 | 4,0 | 2 527 | 762 |
| Ontario (à l'exclusion de Toronto) | 7 | 45,2 | 4 779 | 1 669 |
| Québec (à l'exclusion de Montréal) | 6 | 22,0 | 2 080 | 417 |
| Nouveau-Brunswick | 4 | 23,0 | 2 664 | 773 |
| Nouvelle-Ecosse | 14 | 43,0 | 21 074 | 4 960 |
| Île-du-Prince-Édouard | 1 | 6,5 | 5 657 | 1 220 |
| Terre-Neuve | 3 | 3,5 | 2 060 | 717 |
| Yukon | 1 | 1,0 | 351 | 141 |
| Sous-total | 88 | 320,3 | 132 009 | 33 018 |
| TOTAL | 216 | 885,2 | 415 596 | 92 546 |

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier dans le cadre du Fonds de financement de longs métrages. ** Ne comprend pas la part étrangère (7 417 309 \$) des coproductions dans lesquelles le Canada est un partenaire minoritaire ou à part égale.

Émissions de variétés et des arts de la scène
Les héros des émissions de variétés et des arts de la scène sont des chanteurs, des danseurs, des musiciens et des compositeurs de grand talent, et de toutes les régions du pays. Ils expriment à leur façon l'âme et le cœur de leur communauté, dont les groupes autochtones, et nous procurent des moments hautement artistiques et divertissants.

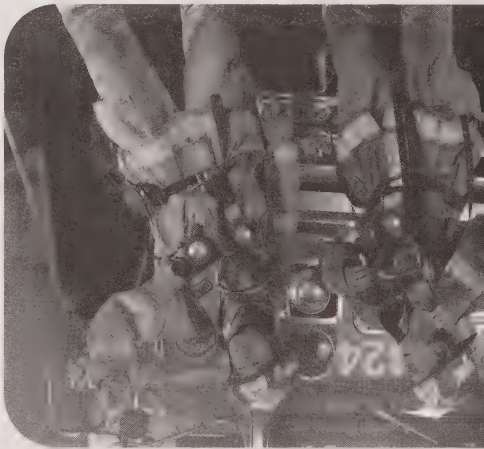
cette année. En 1999-2000, leur apport a augmenté dans le secteur des dramatiques, des émissions pour enfants et des documentaires.

Le PPC a alloué 52 % de ses ressources à des projets destinés à Radio-Canada/CBC et 48 % à des projets pour les télédiffuseurs privés.

Autres sources de financement canadiennes
Alors que l'apport du secteur privé (producteurs/équipes/services, fonds d'aide privés, commanditaires) et des distributeurs varie d'un exercice à l'autre en fonction des projets, celui des sources fédérales et provinciales se maintient à près de 18 % et se traduit principalement par des crédits d'impôt. Téléfilm est fière de s'associer aux gouvernements provinciaux pour faciliter la production de projets originaux et diversifiés.

Téléfilm Canada est un partenaire du Fonds canadien de télévision (FCT) depuis sa création, en septembre 1996. Au cours des quatre premières exercices, ce partenariat des secteurs publics (programme de participation au capital administré par Téléfilm Canada) et privé (Programme de droits de diffusion) s'est traduit par un appui à plus de 1 500 productions – dramatiques, documentaires, émissions pour enfants et émissions de variétés et des arts de la scène.

Grâce aux ressources du FCT, les télédiffuseurs canadiens ont mis en ondes quelque 8 500 heures de programmation originale, créées par des scénaristes et réalisateurs canadiens, produits par des entreprises de toutes les régions du pays. Et le public canadien a eu accès à un panorama culturel d'une grande richesse.



Programme de participation au capital du FCT

En 1999-2000, le budget du Programme de participation au capital (PPC) était de 100 millions de dollars. Le mandat du PPC est vaste : il comprend aussi bien la production télévisuelle, incluant l'enveloppe du FCT pour la création en langues autochtones, que la production de longs métrages. Le PPC appuie également le développement et la scénarisation de nouveaux projets télévisuels, un investissement dans la télévision de demain.

Un record de 420 projets de production

et de développement

Appuyer une grande diversité de projets – sur le plan des catégories, des devis, des sujets et de la provenance régionale – est l'un des objectifs fondamentaux du PPC. Le Programme encourage ainsi un large éventail de scénaristes, de réalisateurs et de producteurs, tout en répondant aux goûts de publics variés, de même qu'aux besoins des télédiffuseurs en terme de contenu canadien.

De fait, le nombre de projets soutenus chaque année par le Programme n'a cessé d'augmenter : 321 en 1997-1998, 383 en 1998-1999 et 420 en 1999-2000. Cette année, le nombre de projets a augmenté à la fois en production et en développement. Les devis totaux se sont élevés à 433,8 millions de dollars, incluant la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire.

Plus de 885 heures de production canadienne sur nos écrans

On note également une augmentation marquée des heures de production originales diffusées sur les écrans canadiens : 741 en 1997-1998, 850 en 1998-1999, et plus de 885 cette année. Cette augmentation touche principalement les dramatiques en français et en anglais, et les émissions pour enfants en anglais.

Plusieurs projets sont présentés par plus d'un diffuseur, et les 885 heures de production correspondent ainsi à quelque 1 250 heures de diffusion, comme on peut le voir dans le tableau concernant la *Présentation des émissions au public canadien*.

Des dramatiques, documentaires, variétés et émissions pour enfants

En ce qui concerne les catégories télévisuelles (excluant la production autochtone et les longs métrages), le PPC a consacré 68 % de ses investissements aux dramatiques, 17 % aux documentaires, 13 % aux émissions pour enfants et 2 % aux émissions de variétés et des arts de la scène.

Les dramatiques continuent d'occuper une place de choix dans la programmation canadienne, tandis que les autres types de production bénéficient de débouchés de plus en plus nombreux, notamment en raison des nouveaux réseaux spécialisés canadiens et étrangers. Notons que la production en langues autochtones s'illustre tout particulièrement dans le secteur des documentaires et des variétés.

Dramatiques

Des intrigues professionnelles et personnelles bien ficelées, des personnages hauts en couleurs – psychologues, pompiers, policiers, gens d'affaires, médecins, agriculteurs, vedettes du *showbiz*, journalistes, criminels ou nomades – voilà ce qui fait le charme unique des dramatiques canadiennes. On y retrouve des travailleurs et des aventuriers, des adolescents et des parents, des personnages virtuels dont certaines n'ont rien de fictif – comme le docteur Lucille Teasdale – et de milieux fascinants à découvrir et redécouvrir. Des miroirs de notre société auxquels le public canadien est très sensible.

Un vaste réseau de partenaires

canadiens et étrangers

Téléfilm Canada et le Fonds canadien de télévision

La contribution du PPC est un important levier de financement. En 1999-2000, sa part a représenté 22,3 % des devis, comparativement à 25 % pendant l'exercice précédent. Cette diminution de la contribution moyenne a permis à Téléfilm d'appuyer un plus grand nombre de projets.

Comme on peut le voir dans le tableau sur l'Analyse de la participation financière, plusieurs projets bénéficient aussi de l'apport d'autres ressources de Téléfilm, soit du Fonds de financement de longs métrages, du Programme de partage des revenus de production et des mini-traités avec la France.

CASERNE 24
r. Jean Bourdonais,
François Côté
Les Productions Sovereign
deux ans, plus d'un million
de téléspectateurs suivent
assidûment les drames et les
joies qui meublent l'univers
professionnel et personnel
des désormais célèbres
pompiers de la Caserne 24.

FONDS CANADIEN DE TÉLÉVISION
PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

Contrats signés

Nombre de projets
En milliers de dollars
Téléfilm Canada
En milliers de dollars
Répartition linguistique %

| FRANÇAIS | | | | |
|----------------------------------|-----|---------|--------|------|
| Production | 81 | 126 478 | 28 867 | |
| Modifications – production*** | – | – | –133 | |
| Sous-total | 81 | 126 478 | 28 734 | |
| Scénarisation et développement | 59 | 4 103 | 1 417 | |
| Modifications – développement*** | – | – | 253 | |
| Sous-total | 59 | 4 103 | 1 670 | |
| Sous-total – français | 140 | 130 581 | 30 404 | 31,5 |

| ANGLAIS | | | | |
|----------------------------------|-----|---------|--------|------|
| Production | 119 | 292 147 | 61 700 | |
| Modifications – production*** | – | – | –98 | |
| Sous-total | 119 | 292 147 | 61 602 | |
| Scénarisation et développement | 144 | 6 641 | 2 366 | |
| Modifications – développement*** | – | – | 160 | |
| Sous-total | 144 | 6 641 | 2 526 | |
| Sous-total – anglais | 263 | 298 788 | 64 128 | 66,4 |

| LANGUES AUTOCHTONES | | | | |
|----------------------------------|-----|---------|--------|-------|
| Production | 16 | 4 388 | 1 979 | |
| Modifications – production*** | – | – | – | |
| Sous-total | 16 | 4 388 | 1 979 | |
| Scénarisation et développement | 1 | 42 | 21 | |
| Modifications – développement*** | – | – | –2 | |
| Sous-total | 1 | 42 | 19 | |
| Sous-total – langues autochtones | 17 | 4 430 | 1 998 | 2,1 |
| TOTAL | 420 | 433 799 | 96 530 | 100,0 |

* Comprend deux projets qui ont également reçu un apport financier par l'entremise du Fonds de financement de longs métrages.
 ** Comprend les devis totaux des coproductions.
 *** Les modifications incluent les diminutions aux engagements des années précédentes.



TELEVISION

CRIMINAL APPARANCES:
DEADLY INSTINCTS:

Lorsque l'ex-policier
Joanne Kilbourn tente d'aider
Andy Boychuk, un ami accusé
du meurtre d'une jeune ado
de l'innocence de son vieux
copain. Mais elle découvrira
peu à peu qu'Andy n'est
peut-être pas l'homme



En collaboration avec le Haut-Commissariat du Canada à Londres, le bureau européen a organisé une table ronde au Festival international du film de Toronto, intitulée « Histoirs sans frontières – nouvelles approches du développement de scénarios », cet événement a attiré plus d'une centaine de délégués du Festival et a mis en vedette un groupe renommé de professionnels canadiens et européens.

Initiative Asie-Pacifique

Le bureau de Téléfilm à Paris est un centre d'information stratégique. Il publie des revues de presse hebdomadaires, des guides sur l'industrie européenne et d'autres publications spéciales tout aussi appréciées dont le Zoom international, un bulletin mensuel qui procure à 300 lecteurs des informations et des analyses approfondies concernant le marché européen.

Dans le cadre du programme Initiative Asie-Pacifique créé en 1998 et administré par le bureau de l'Ouest, Téléfilm Canada contribue au développement des relations avec les marchés asiatiques. Les efforts consacrés aux échanges avec la République populaire de Chine au cours des trois dernières années commencent à porter fruit. En effet, depuis 1998, le nombre de projets de coproduction augmente régulièrement.

En collaboration avec le Consulat général du Canada à Shanghai, Téléfilm a mis sur pied une rétrospective de neuf films canadiens dans le cadre de l'édition 1999 du Festival international du film de Shanghai. Le Canadian Film Showcase a été décrit comme l'événement qui a eu le plus de succès au cours du Festival, et Le Violon rouge, qui a été tourné en partie à Shanghai, a été classé parmi les 10 films de l'événement à voir absolument.

BARBEAU LIBRE COMME L'ART
r. Manon Barbeau
Information,
coproduction avec l'ONF
Présenté en primure en mars
au FIPA, ce documentaire
de Manon Barbeau trace un
portrait touchant du peintre
Marcel Barbeau, irréductible
signataire de Refus Global,
artiste toujours insoumis... et
père de la cinéaste.



Plusieurs prix viennent couronner de jeunes réalisateurs canadiens de courts et de moyens métrages, de même que des cinéastes de la région de l'Ouest et de la région atlantique. La Société encourage également la production autochtone en lui consacrant deux prix chaque année au Festival de Banff. En 1999-2000, Téléfilm Canada a repensé ses prix, dont la réputation ne s'est jamais démentie depuis leur création en 1996, en leur associant souvent une somme d'argent en espèces qui les rend plus intéressants pour les créateurs.

internationaux très convoités. Le bureau avait facilité le processus de sélection en organisant la projection de 397 œuvres pour les représentants de festivals. Il a aussi permis à 69 réalisateurs canadiens de faire la promotion de leurs œuvres dans de grands festivals et a participé à la mise sur pied de rétrospectives du cinéma canadien, notamment au Mexique, en France, en Israël, en Grèce, en Chine, en Autriche, au Portugal, en Finlande, aux États-Unis et en Espagne.

Festivals canadiens

En 1999-2000, Téléfilm Canada a appuyé 29 festivals canadiens en leur allouant 1,9 million de dollars dans le cadre du programme Le Canada à l'affiche. Ce programme appuie les principaux événements canadiens – Festival international du film de Montréal, Festival international du film de Toronto, Festival de télévision de Banff – ainsi que 25 festivals régionaux no spécialisés, qui mettent à l'honneur, entre autres, les documentaires, les courts métrages, les films sur l'art, les films d'animation, les émissions pour enfants, les productions autochtones, les nouveaux médias et les productions expérimentales. Téléfilm appuie des festivals qui offrent une programmation dans la langue officielle minoritaire de la province où ils sont présentés. Il s'agit des Rendez-vous du cinéma québécois et francophone de Vancouver, du Festival international du cinéma francophone en Acadie, et de Cinémental au Manitoba, qui donnent la chance au public de voir un large éventail de films.



Les prix Téléfilm Canada

dans les festivals canadiens

Téléfilm a accordé 19 prix pour une somme totale de 147 000 dollars dans le cadre de 12 festivals canadiens du film, de la télévision et du multimédia. La Société a décerné pour la première fois un prix de 10 000 \$ à l'occasion de l'édition 1999 de l'Atlantic Digital Media Festival (ADMF), à l'île du Cap-Breton, en Nouvelle-Écosse. L'ADMF est un festival composé d'activités importantes, axé sur la création multimédia.

Le bureau européen de Paris :
une présence dynamique à l'étranger
Le bureau européen de Téléfilm à Paris constitue la vitrine du Canada sur la scène audiovisuelle européenne, mais représente aussi un centre d'information stratégique pour les Européens qui souhaitent développer des partenariats avec le Canada.

Au cours de la dernière année, le bureau européen a participé à plusieurs événements d'envergure, dont la 20^e Université d'été des communications à Hourtin, en France, la première Conférence du film latino-américain des organismes cinématographiques à Madrid. Par sa présence à ces événements prestigieux, Téléfilm a réitéré le rôle important que l'industrie canadienne du film et de la télévision continue de jouer dans la poursuite des grands débats culturels et commerciaux.
Par ailleurs, le bureau a contribué à la promotion des films canadiens en Europe en prenant part à des projections spéciales – dont le lancement du film *Le Violon rouge* dans le magnifique auditorium du Louvre.

Après le succès des quatre programmes d'immersion pour les producteurs canadiens au Royaume-Uni, le bureau européen a organisé une première immersion parisienne, avec pour objectif de multiplier les relations entre deux industries du documentaire en plein essor. Vingt-huit producteurs canadiens ont ainsi eu la chance de rencontrer plus de 50 joueurs français dont les plus importants producteurs, télédiffuseurs, distributeurs et réalisateurs de documentaires.

COLD SOUV III
r. Divers
Keatley Macleod Productions /
Alliance Atlantis
Communications Inc
Dans cette série à succès,
deux détectives ont la tâche
peu enviable de faire la lumière
résolus. Les trois premières
séries ont été vendues dans le
monde, notamment en Europe,
au Proche-Orient, en Asie,
en Australie, en Afrique,
en Amérique Centrale et
en Amérique du Sud.



ANIMA III
documentaire sur le monde
des animaux et ce qu'ils
peuvent nous apprendre
est diffusée dans une
dizaine de pays, tant en
Asie qu'en Europe

Marchés internationaux
Le Canada constitue une figure majeure de ces marchés :
• Télévision : MIP-TV et MIPCOM à Cannes,
NATPE à la Nouvelle-Orléans ;
• Film : Festival international du film de Berlin,
Festival international du film de Cannes et
Independent Feature Film Market de New York ;
• Multimédia : MILIA à Cannes, E3 à Los Angeles
et MIM à Montréal.

Téléfilm investit 9,8 millions de dollars dans la coproduction
En plus de l'accreditation des projets, Téléfilm investit chaque année dans un certain nombre de projets qui présentent un intérêt culturel particulier. En 1999-2000, la Société a engagé 9,8 millions de dollars dans la production de 28 projets de coproduction. De même, près de 200 000 dollars ont été alloués à cinq projets de développement de coproduction, dont trois avec la France par l'intermédiaire de la mini-traités et deux avec le Royaume-Uni dans le cadre du programme de développement de longs métrages English-Language Cinema Plan (LLCP).

Accréditation de 100 coproductions – devis de plus de 715 millions de dollars
Cette année, le service des coproductions a accredité 100 projets de coproduction représentant des devis de plus de 715 millions de dollars. Parmi ces projets, on compte 76 émissions de télévision et 24 longs métrages. La France et le Royaume-Uni sont les pays coproducteurs les plus actifs avec le Canada. Bien que la majorité des coproductions soient signées avec des pays européens, de nouvelles alliances ont vu le jour avec l'Asie. Cette année, 19 pays ont signé des coproductions avec le Canada, dont l'Allemagne, la Chine, l'Afrique du Sud, l'Irlande, l'Australie et Hong-Kong. Un fait à retenir : le nombre des coproductions d'animation a considérablement augmenté et représente, avec 51 projets, plus de la moitié des activités de coproduction de l'exercice.

Vers le développement international des PME

- les frais de participation des PME au stand de Téléfilm dans les marchés européens ont été réduits ;
- le programme de marketing international a été réservé aux PME ;
- le bureau de Vancouver a facilité la participation des PME de l'Ouest à l'édition 2000 de l'International Film Financing Conference (IFFCON) à San Francisco, un événement qui offre d'excellentes occasions de se promouvoir auprès des acheteurs du Canada, des États-Unis, d'Europe et d'Asie ;
- le bureau de l'Atlantique a financé le symposium *Strategic Partners* au Festival du film de l'Atlantique, pour faciliter les relations d'affaires des PME avec les pays nordiques ;
- l'immersion documentaire à Paris, organisée par le bureau européen, a regroupé des représentants des PME de toutes les régions.

Quelque 70 entreprises ont partagé le stand de Téléfilm dans les marchés internationaux en 1999-2000. La plupart sont des PME qui représentent toutes les régions du pays. Téléfilm offre une large gamme de services à sa clientèle : accueil, promotion, services logistiques, organisation d'événements et de réunions, participation à des conférences et à des discussions avec les délégations et associations étrangères.

À l'ère de la convergence numérique, Téléfilm Canada mise sur les nouveaux médias. Au E3, la plus importante foire internationale de produits de divertissement interactifs, son stand accueillait 18 compagnies canadiennes. À la suite d'un sondage très positif sur la pertinence de ses activités dans les marchés et sur les besoins de l'industrie du multimédia, Téléfilm participera aussi au ECTS (European Computer Trade Show) à Londres, en 2000.

Les marchés permettent à Téléfilm d'accroître son partenariat avec des associations telles que l'IMPAC (Interactive Multimedia Producers Association of Canada), les ministères fédéraux et les organismes provinciaux afin de maximiser les ressources offertes. L'industrie des nouveaux médias est en plein essor, et Téléfilm a soutenu des initiatives visant l'expansion de ce secteur, dont le lancement, à l'occasion du MILIA, du magazine *Convergence* et du guide d'IMPAC, *New Media in Canada*.

Au palmarès : 1 216 inscriptions à 90 événements internationaux
Le bureau des festivals internationaux continue de promouvoir les produits canadiens à l'étranger. En 1999-2000, il a procédé à 1 216 inscriptions canadiennes dans 90 festivals et événements internationaux, une hausse remarquable par rapport aux 1 171 inscriptions de l'année précédente. Les productions canadiennes ont remporté plus de 30 prix

En 1999-2000, Téléfilm a contribué à l'essor de la relève par plusieurs programmes dont certains sont administrés en collaboration avec d'autres organismes. Il s'agit entre autres, dans l'Ouest, de *Drama Prize*, *Kick Start* et *Features First*; dans la région atlantique, du Programme des nouveaux cinéastes; de bourses aux étudiants de l'INIS à Montréal; et d'une commande d'un programme *Feature Film Project* à Toronto. Une vingtaine de jeunes producteurs, scénaristes et réalisateurs en ont bénéficié cette année. Ce sont les grands noms de demain!

Marketing
Grâce au Fonds d'aide au marketing, Téléfilm a alloué 800 000 \$ au marketing canadien des produits et 500 000 \$ au marketing international. Mentionnons que le Fonds pour le multimédia comprend un volet pour le marketing [1,6 million de dollars cette année] et que le Fonds d'aide à la distribution de longs métrages appuie le marketing des longs métrages canadiens [3 millions de dollars cette année].

international (campagnes de promotion, publicité dans les magazines spécialisés, marketing lors des

HOSTAGES TO JUSTICE

D'abord présentée à CBC

mentaire s'intéresse au sort des Canadiens détenus à l'étranger et aux effets dévastateurs de cet emprisonnement sur leurs familles

Fonds pour le multimédia – volet marketing
[1,6 million de dollars]
Tel qu'indiqué plus haut, ce fonds comprend trois volets : production, développement et marketing.

Le Canada à l'affiche [1,9 million de dollars]
Téléfilm appuie près de 30 festivals canadiens. Ces événements ont une programmation canadienne importante et plusieurs organisent des activités de marché et des forums internationaux.

Communications

Téléfilm contribue à la reconnaissance de l'industrie par des publications – dont les catalogues de productions, des guides sur la coproduction et les industries étrangères, des bulletins, des répertoires – et des campagnes publicitaires à l'occasion des principaux festivals et marchés. Elle s'associe aussi à des publications et à des événements de l'industrie. De plus, elle participe à l'organisation de projections pour les parlementaires et dignitaires à Ottawa, dont celle de Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale, en mars 2000.



DINNER AT THE EDGE
Rappelant les films muets de Chaplin et Keaton, cette émission de danse, les arts du cirque et les arts musicaux a séduit le public de la chaîne

Participation aux marchés (800 000 dollars)
Téléfilm a participé à neuf marchés internationaux de la télévision, du film et du multimédia, en France, aux États-Unis et au pays.

Festivals internationaux (500 000 dollars)
La Société appuie la présence canadienne dans les festivals internationaux, tant sur le plan logistique que promotionnel. Téléfilm maintient des liens avec quelque 200 festivals étrangers.

Autres formes d'aide (600 000 dollars)
Des publications, l'organisation d'événements, la promotion dans les festivals et marchés, le site Internet de Téléfilm et d'autres activités contribuent à la reconnaissance de l'industrie canadienne.

FORMATION ET DÉVELOPPEMENT PROFESSIONNEL

Le succès de l'industrie à longue échéance repose sur sa capacité à produire et à mettre en marché des œuvres de qualité, mais aussi sur les efforts qui seront consentis pour le perfectionnement continu de ses membres et la formation d'une relève solide. L'industrie évolue dans un univers concurrentiel, en perpétuelle mutation, où la performance est tributaire du savoir.

Au cours de l'exercice, Téléfilm a engagé 4,9 millions de dollars dans l'ensemble du pays pour appuyer la formation et le développement, comparativement à 2,3 millions de dollars au cours de l'exercice précédent. Téléfilm a donné plus de poids au Fonds de développement industriel et professionnel, dont les engagements sont passés de 1,1 à 2,1 millions de dollars et qui a financé des forums et des activités de formation, de perfectionnement, de recherches et de promotion. Par ailleurs, le ministère du Patrimoine canadien a augmenté les ressources du Programme national de formation dans le secteur du film et de la vidéo administré par Téléfilm, et la Société a pu allouer 2,8 millions de dollars à des écoles nationales de formation, comparativement à 1,2 million en 1998-1999.



• et du Programme de partage des revenus de production (2 millions de dollars) ; ce programme destiné aux PME peut être utilisé pour le développement ou la production.

46 nouveaux longs métrages sur les écrans
Le long métrage est un haut-lieu de la créativité canadienne et Téléfilm Canada lui apporte un appui substantiel par l'entremise de cinq fonds et programmes, dont le Programme de participation au capital du FCT et le Fonds de financement de longs métrages. Cette année, 46 longs métrages ont vu le jour grâce à la participation de la Société, qui y a alloué 22,6 millions de dollars. Les devis totaux de ces films s'élevaient à 131 millions de dollars.

Du côté du long métrage, la cuvée 1999-2000 comprend des réalisateurs d'expérience dont Robert Lepage, Charles Binamé, John Greyson, Anna Wheeler, Pierre Falardeau et Robert Favreau.

On note avec plaisir le retour de Clement Virgo, de Denis Villeneuve, d'Arto Paragamian, de Gabriel Pelletier, de Denise Filiatrault et de John Fawcett, dont les premières œuvres avaient été fort remarquées.

La relève est en force avec plusieurs premiers longs métrages. Des noms à retenir : Rosemary House (Terre-Neuve), Andrea Dorfman (Nouvelle-Écosse), Pierre Gréco (Montréal), Jon Einarsson Gustafsson (Winnipeg), Leonard Farlinger (Toronto) et Arne Olsen (Vancouver), parmi beaucoup d'autres.

Le devis moyen des projets de l'exercice était de 1,9 million de dollars, si on exclut la part étrangère des coproductions dans lesquelles le Canada était un partenaire minoritaire. La Société a consacré 40 % de ses ressources pour le long métrage à des projets en français et 60 % à des projets en anglais. Ces projets sont issus de toutes les régions.



LE VIEIL HOMME ET LA MER

Alexander Petrov
Productions Pascal Blais
Récipiendaires d'une douzaine
l'Oscar du meilleur court
métrage d'animation et
le Prix du meilleur film
IMAX en 2D. Le Vieil Homme
et la mer est une adaptation,
en quelque 29 000 images
peintes à l'huile, du célèbre
récit d'Ernest Hemingway.

**RAYONNEMENT NATIONAL ET
INTERNATIONAL DE L'INDUSTRIE
ET DES PRODUITS CANADIENS**

Téléfilm Canada contribue à l'augmentation des auditoires des produits canadiens, au pays et à l'étranger. De plus, la Société encourage les partenariats internationaux de l'industrie canadienne, ce qui ouvre de nouveaux marchés. Plusieurs fonds, programmes et activités de communications contribuent de façon efficace à la réalisation du mandat de Téléfilm quant à la promotion de l'industrie canadienne du film, de la télévision et du multimédia. La Société y a alloué près de 20 millions de dollars en 1999-2000.

Fonds d'aide à la distribution de longs métrages (10,9 millions de dollars)
Ce fonds s'adresse principalement aux distributeurs canadiens reconnus et les aide à acquérir les droits de distribution de longs métrages canadiens et à assurer leur mise en marché.

Doublage

Quarante-neuf productions ont été doublées ou sous-titrées dans l'une ou l'autre des langues officielles ; 76 % des allocations ont été accordées pour le doublage en version française et 24 % pour le doublage en version anglaise. Par ailleurs, 83 % des engagements ont été alloués à des productions télévisuelles.

Fonds d'aide au doublage et au sous-titrage (2,1 millions de dollars)
Ce fonds permet une meilleure circulation des œuvres canadiennes en assurant leur disponibilité dans les deux langues officielles, tant à la télévision que dans les salles de cinéma.

Fonds d'aide au marketing des productions canadiennes (1,3 million de dollars)
Ce fonds comprend un volet national (tests de marché, lancement, publicité et promotion) et

POSSIBLE WORLDS
r. Robert Lepage
The East Side Film Co /
In-Extremis : mages
Pour son premier long
métrage en anglais, le réputé
Robert Lepage a imaginé un
univers où s'entrechoient
sciences, philosophie et
sensationalisme. Le film
mondial au Festival du
film de Venise 2000, et en
première nord-américaine
au Festival de Toronto.

INUIT PLUSINUIT
- INUIT WAYS,
INUIT SURVIVAL

le pays. Quelque 475 compagnies, dont la majorité sont des PME, ont bénéficié de l'appui financier de Téléfilm.

Des résultats positifs sur les plans linguistique et régional
Téléfilm encourage de façon équitable la production dans les deux langues officielles, comme on peut le voir dans le tableau suivant. La Société porte une attention particulière à la production en situation linguistique minoritaire. Cette année, l'appui de la Société à 58 projets de ce type s'est élevée à plus de 11 millions de dollars, soit 9 % des ressources en production et développement.

Développement et production

Répartition linguistique des ressources

| | |
|--------------------------------|--------|
| Projets en français | 32,7 % |
| Projets en anglais | 65,6 % |
| Projets en langues autochtones | 1,7 % |

Répartition régionale des ressources

| | |
|-------------------|--------|
| Québec | 36,8 % |
| Ontario | 31,3 % |
| Région de l'Ouest | 24,5 % |
| Région atlantique | 7,4 % |

Le mandat du FCT permet aussi à la Société de jouer un rôle important en regard de la production en langues autochtones. Les œuvres de cette année font entendre, entre autres, l'inuit, l'Inuktitut, le déné, l'ojibway, le cri, l'oji-cri, le kaska et le kwakw'it.

Depuis quatre ans, la part des ressources de Téléfilm consacrées aux projets régionaux – c'est-à-dire ceux qui proviennent d'autres villes que Montréal et Toronto – n'a cessé d'augmenter. Elle se situe à 34 % en 1999-2000. On note une augmentation des activités en Colombie Britannique, au Manitoba, dans la région du Nord et à l'île du Prince-Édouard.

La contribution de Téléfilm aux projets de la Colombie-Britannique est la plus élevée de toute son histoire, soit 20,2 millions de dollars ou 17,3 % des ressources engagées en production et en développement. L'activité audiovisuelle a aussi été fructueuse au Manitoba, où la contribution de la Société a presque triplé en raison de dramatiques comme *The Adventures of Shirley Holmes* et de plusieurs documentaires d'envergure dont ceux de la série *Francophonies d'Amérique*.

Fonds pour la production et le développement

Programme de participation au capital

(96,5 millions de dollars)
Le FCT est un partenariat des secteurs public et privé créé en 1996 par le gouvernement canadien et l'industrie de télévision par câble. Téléfilm administre le Programme de participation au capital du FCT, qui appuie l'industrie de la télévision et du long métrage, incluant les projets en langues autochtones.



Fonds de financement de longs métrages

(16,7 millions de dollars)

Créé en 1986, ce fonds soutient la production et le développement de longs métrages destinés aux salles, en français et en anglais.

Fonds pour le multimédia

(4,3 millions de dollars*)

Créé en 1998, ce fonds appuie le développement, la production et le marketing (* cette somme exclut les projets de marketing) de produits multimédias destinés au grand public, dans les domaines éducatif, ludo-éducatif et du divertissement. Téléfilm Canada est aussi un partenaire des créateurs par l'entremise :

- de mini-traités avec la France (1,3 million de dollars) ; il s'agit de ressources pour la coproduction de longs métrages, d'œuvres d'animation et le développement en télévision.
- du Fonds régulier (400 000 dollars), qui appuie surtout des projets à petit budget produits en région ;

Un coup de pouce aux PME

En 1999-2000, Téléfilm a alloué 9 millions de dollars au développement et à la scénarisation de nouveaux projets, soit près de 8 % des ressources en production et développement de l'exercice. Cette activité assure un renouvellement constant du contenu canadien destiné aux petit et grand écrans et aux nouveaux médias. En juin 1999, Téléfilm annonçait par ailleurs que seules les PME auraient désormais accès aux ressources en développement. Au moment de cette annonce, François Macerola déclarait : « Les PME sont la pierre angulaire de l'industrie canadienne. Plus de 90 % des clients de Téléfilm sont des PME, et les entreprises cotées en bourse aujourd'hui étaient des PME il n'y a pas si longtemps. Le développement est une activité à haut risque. Notre initiative fera en sorte qu'une somme plus importante sera accessible à un plus grand nombre de PME. »



ADIEU MES SŒURS
r. Paul Bourgeois
Les Productions

Présenté à Radio-Canada dans
le cadre de l'émission Zone libre,
la réputée journaliste et
animatrice Denise Bombardier
sur les religieuses a reçu
des louanges unanimes des cri-
tiques et a intéressé près de
un million de téléspectateurs.
Adieu mes sœurs fut également
diffusé à TV 5.

PRODUCTION ET DÉVELOPPEMENT

Une cuvée fascinante

La production canadienne de 1999-2000 est un
fascinant kaléidoscope où l'on retrouve les couleurs
parfois sombres, parfois éclatantes de la vie urbaine
moderne, des personnages qui nous ressemblent,
des incursions dans un passé aux multiples échos,
des expéditions audacieuses au cœur de la science
et du futur, et tous les signes d'une humanité en
quête incessante de bonheur, de reconnaissance,
de dépassement de soi et de justice.
Partir à la découverte des émissions de télévision,
des longs métrages et des produits multimédias cana-
diens, c'est explorer des terres aimées ou inconnues,
s'engager au cœur de l'aventure humaine, telle que
vue, exprimée et interprétée par des Canadiens de
grand talent, qu'ils soient de Moncton, d'Halifax,
de St. John's, de Montréal, d'Ottawa, de Toronto,
de Winnipeg, de Regina, de Calgary, de Vancouver
ou du Nunavut.
Voici les faits saillants de cet exercice particu-
lièrement fructueux sur le plan de la création.

Un record de 644 projets - télévision, longs métrages, nouveaux médias

L'exercice 1999-2000 a constitué une année record
sur le plan de la création télévisuelle, cinématogra-
phique et multimédia : 644 projets de production et
de développement ont vu le jour, comparativement
à 503 en 1996-1997, 506 en 1997-1998 et 588 en
1998-1999.
Les secteurs de la télévision, du cinéma et
du multimédia ont fait preuve d'un dynamisme
remarquable, proposant des projets de qualité,
au contenu canadien diversifié, et destinés à
un large public.

Téléfilm assume 24 % des devis

Le nombre de projets a augmenté tant en production
qu'en développement. Téléfilm a appuyé 290 projets
de production et 354 projets de développement dont
les devis se sont élevés à 504 millions de dollars.
La contribution de la Société, 121 millions de dollars,
a représenté 24 % de cette activité audiovisuelle.
La production de l'exercice s'est traduite par
quelque 16 000 emplois directs et indirects à travers

Société a salué la nouvelle politique du CRTC sur
la télévision comme étant un engagement ferme
envers le contenu canadien, le CRTC ayant notam-
ment décidé d'inclure les émissions produites en
région dans la catégorie des émissions prioritaires
et de favoriser l'augmentation des dramatiques
canadiennes aux heures de grande écoute. Téléfilm
avait recommandé que le CRTC continue d'avoir
des exigences à l'égard des radiodiffuseurs, entre
autres pour la diffusion aux heures de grande
écoute et la programmation de dramatiques,
de documentaires et de longs métrages.
Dans ses avis au CRTC en 1999-2000, Téléfilm
a mis l'accent sur la nécessité d'encourager les
télédistributeurs à appuyer la production régionale,
le cinéma canadien, la diversité culturelle, les com-
munités en situation linguistique minoritaire et
les communautés autochtones. L'accessibilité des
produits dans toutes les régions, de même que
l'essor du contenu canadien dans les nouvelles
technologies dont l'Internet, ont aussi été au
cœur des interventions de la Société.

Scène internationale : une expertise à partager
Organisme d'état d'un pays qui a pris fermement
position en faveur de la diversité culturelle et qui
a signé des accords de coproduction avec 55 pays,
Téléfilm jouit d'un prestige considérable sur la scène
internationale. L'expertise internationale unique
de la Société est d'ailleurs fréquemment sollicitée
par des organismes et professionnels canadiens
et étrangers, et Téléfilm joue un rôle important en
regard des stratégies internationales des PME cana-
diennes. Elle agit entre autres comme un agent de
développement des relations audiovisuelles avec
l'Europe, l'Asie et les pays hispaniques.



L'exportation des produits culturels canadiens
est une priorité du gouvernement fédéral et Téléfilm
collabore à cette fin avec d'autres organismes
fédéraux et provinciaux, de même qu'avec des mi-
nistères dont Industrie Canada et le ministère des
Affaires étrangères et du Commerce international.

TÉLÉFILM CANADA : AU CŒUR
DES POLITIQUES CULTURELLES
CANADIENNES

Téléfilm collabore avec l'ensemble du milieu audiovisuel pour que l'industrie évolue dans un environnement favorable à la création de produits diversifiés et d'une grande valeur culturelle. Au Canada, offrir aux créateurs la possibilité de s'exprimer et de rejoindre le public repose sur un système dynamique et complexe incluant une industrie qui donne vie au contenu canadien, un vaste système de redistribution et des organismes de réglementation et de financement qui témoignent d'une volonté politique d'appuyer le contenu canadien. En tant qu'organisme d'État et partenaire de l'industrie, Téléfilm Canada a participé activement, en 1999-2000, au développement des politiques publiques de financement, notamment pour le long métrage, dans le cadre d'une future politique nationale.



FORTIER

Télévision, long métrage, multimédia

En 1999, Téléfilm Canada a participé aux consultations du Fonds canadien de télévision et à la définition des principes directeurs 2000-2001. Les exercices précédents ayant été fructueux à maints égards, la continuité était à l'ordre du jour, notamment quant aux exigences en matière de contenu canadien. Cependant, pour répondre aux vœux de l'industrie, le FCT a visé plus de transparence, a tenu compte davantage des priorités des télédiffuseurs, a assoupli ses exigences à l'égard de certains types de productions comme les documentaires, la production en langues autochtones et les coproductions, et a créé des mesures incitatives pour les PME, la production en région et en situation linguistique minoritaire. Même si la création d'un nouveau fonds pour le long métrage a été mise en veilleuse cette année, Téléfilm a continué de travailler à ce dossier prioritaire en collaboration avec l'industrie et le ministère du Patrimoine canadien. Ainsi, un groupe de travail de la Société a été chargé d'élaborer un nouveau modèle de financement du long métrage qui serait davantage axé sur le marché et qui favoriserait l'audace et la performance. Par ailleurs, l'organisme a utilisé au mieux les ressources disponibles, ce qui s'est traduit par des projets de qualité et un meilleur

Chaque semaine, plus de
1 850 000 téléspectateurs vivent
Fortier,
une psychologue membre d'un
corps d'élite chargé d'élucider
des crimes bizarres. Cette
série dramatique a même a
2 000 000 de téléspectateurs.

Une Société à l'écoute

Téléfilm est à l'écoute du milieu audiovisuel. Ses bureaux sont en contact quotidien avec l'industrie, et leur connaissance des besoins financiers, stratégiques et promotionnels de celle-ci inspire le plan d'affaires quinquennal et les plans d'affaires régionaux. De plus, Téléfilm travaille en interrelation avec les associations du milieu, dont l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec, l'Association canadienne des distributeurs et de production de film et télévision, et le nouveau regroupement national du multimédia, IMPAC.

appui à la relève, aux PME et au développement international des entrepreneurs.

est crucial pour une industrie qui se veut à la fine pointe des nouvelles technologies. Au cours de l'exercice, le ministère a commandé une étude sur l'impact et le rendement du Fonds. De plus, Téléfilm a continué de travailler avec le comité consultatif du Fonds et a formé son propre groupe de travail interne pour mieux cerner les tendances du marché des nouveaux médias. La Société collaborera à l'évaluation statutaire du Fonds qui aura lieu en 2000-2001. On peut donc prévoir que le Fonds évoluera au cours de la prochaine année, notamment en ce qui concerne les outils financiers qu'il offre à l'industrie et le poids relatif du soutien qu'il accorde au développement, à la production et au marketing.

Contributions aux audiences du CRTC

Téléfilm participe régulièrement aux audiences du Conseil de la radiodiffusion et des télécommunications canadiennes (CRTC). En juin 1999, la

POUR UNE NOUVELLE POLITIQUE
DU LONG MÉTRAGE

Miser sur le marché et
favoriser l'audace

Téléfilm et le ministère du Patrimoine canadien ont élaboré un nouveau projet de politique pour le long métrage. Cinq objectifs ont été identifiés :

- que le cinéma canadien rejoigne un plus grand auditoire et ne pays tout d'abord et ensuite sur la scène internationale ;
- que la production canadienne soit de très grande qualité, culturellement pertinente pour les Canadiens et attrayante pour les cinéphiles de tous les coins du monde ;
- que la production augmente pour que les cinéastes canadiens puissent travailler dans la continuité et qu'il y ait une masse critique de films canadiens sur les écrans ;
- que les politiques et programmes encouragent la performance, c'est-à-dire le succès culturel et commercial ;

que la relève soit appuyée efficacement et se trouve sa place dans un environnement axé sur le savoir.

FAITS SAILLANTS



ENGAGEMENTS 1999-2000

Engagements pour de nouveaux projets
En millions de dollars

Modifications aux engagements des années précédentes
En millions de dollars

Total
En millions de dollars

FCT - PROGRAMME DE PARTICIPATION AU CAPITAL

| | | | |
|---------------|------|------|------|
| Production | 92,5 | -0,2 | 92,3 |
| Développement | 3,8 | 0,4 | 4,2 |
| Total | 96,3 | 0,2 | 96,5 |

FONDS DE FINANCEMENT DE LONGS MÉTRAGES

| | | | |
|---------------|------|-----|------|
| Production | 14,1 | 0,4 | 14,5 |
| Développement | 1,6 | 0,6 | 2,2 |
| Total | 15,7 | 1,0 | 16,7 |

PROGRAMME DE PARTAGE DES REVENUS DE PRODUCTION

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| | 1,5 | 0,5 | 2,0 |
|--|-----|-----|-----|

FONDS D'AIDE AUX ACTIVITÉS COMMERCIALES DE PRODUCTION

| | | | |
|--|-----|------|------|
| | 0,0 | -0,2 | -0,2 |
|--|-----|------|------|

FONDS POUR LE MULTIMÉDIA

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| | 5,9 | 0,0 | 5,9 |
|--|-----|-----|-----|

COPRODUCTIONS OFFICIELLES (MINI-TRAITÉS)

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| | 1,3 | 0,0 | 1,3 |
|--|-----|-----|-----|

FONDS D'AIDE AU DOUBLAGE ET AU SOUS-TITRAGE

| | | | |
|--|-----|-----|-----|
| | 2,1 | 0,0 | 2,1 |
|--|-----|-----|-----|

FONDS D'AIDE À LA DISTRIBUTION DE LONGS MÉTRAGES

| | | | |
|--|------|-----|------|
| | 10,2 | 0,7 | 10,9 |
|--|------|-----|------|

AUTRES FORMES D'AIDE

| | | | |
|---|-----|-----|------|
| Fonds régulier - Production et développement | 0,4 | 0,0 | 0,4 |
| Marketing national | 0,8 | 0,0 | 0,8 |
| Marketing international | 0,5 | 0,0 | 0,5 |
| Participation aux marchés | 0,8 | 0,0 | 0,8 |
| Participation aux festivals étrangers | 0,5 | 0,0 | 0,5 |
| Subventions aux festivals canadiens | 1,4 | 0,5 | 1,9 |
| Développement industriel et professionnel | 1,9 | 0,2 | 2,1 |
| Développement professionnel - Écoles de formation | 1,9 | 0,9 | 2,8 |
| Autres formes d'aide | 0,6 | 0,0 | 0,6 |
| Total | 8,8 | 1,6 | 10,4 |

DÉPENSES ADMINISTRATIVES**

| | | | |
|--|-----|-----|------|
| | 0,0 | 0,0 | 15,1 |
|--|-----|-----|------|

TOTAL

| | | | |
|--|-------|-----|-------|
| | 141,8 | 3,8 | 160,7 |
|--|-------|-----|-------|

* Incluent les augmentations et les diminutions aux engagements des années précédentes.
** Exclut les dépenses reliées au conseil d'administration du Fonds canadien de télévision ainsi que la perte découlant d'un contrat de location-exploitation.

Note : Les résultats des additions ne correspondent pas exactement aux totaux parce que les chiffres ont été arrondis.

ENGAGEMENTS DE L'EXERCICE : 160,7 MILLIONS DE DOLLARS

Appui aux activités du secteur canadien du film, de la télévision et du multimédia

Les engagements de Téléfilm Canada sont les contrats signés entre la Société et les entreprises du secteur privé canadien pour des activités de production, de développement, de distribution, de marketing, de doublage, de promotion, de développement industriel et de formation professionnelle, y compris les dépenses administratives afférentes.

En 1999-2000, ces engagements se sont élevés à 160,7 millions de dollars, comparativement à 172,4 millions de dollars au cours du précédent exercice.

Cette diminution est liée en grande partie au fait que le Programme de droits de diffusion du Fonds canadien de télévision a administré cette année sa propre part de l'enveloppe du FCT consacrée au long métrage, soit 7,5 millions de dollars. Cette somme était auparavant administrée par Téléfilm. On note également une diminution des engagements du Fonds de financement de longs métrages (4 millions de dollars), un phénomène ponctuel qui s'explique par les cycles de production de l'industrie.

Il faut noter que, selon les échéanciers de production des projets, les débours liés aux engagements de Téléfilm peuvent s'étendre sur plus d'un exercice. Ainsi, 31 des 160,7 millions de dollars engagés en 1999-2000 seront versés au cours du prochain exercice financier.

Dépenses administratives

Les dépenses administratives s'élèvent à 15,1 millions de dollars, soit 9,3 % des engagements de l'exercice. Téléfilm estime que ce pourcentage est très performant, d'autant plus que la Société administre cinq bureaux qui offrent un large éventail de services personnalisés à ses clientes, qu'elle gère une quinzaine de fonds et programmes taillés sur mesure pour l'industrie de toutes les régions, et que son mandat est à la fois national et international. Les activités et services de Téléfilm constituent une valeur ajoutée réelle pour l'industrie canadienne, comme en témoigne l'essor croissant de celle-ci. Rappelons que les dépenses administratives ont diminué par rapport au début des années 1990, alors qu'elles atteignaient près de 12 %.

Ainsi que l'indique la double astérisque sur les Engagements 1999-2000, que l'on trouvera à la page suivante, le démenagement du siège social de Téléfilm en novembre 1999 a occasionné des dépenses non récurrentes de 1 958 000 \$. Afin d'emménager dans des locaux moins coûteux à longue échéance, Téléfilm a dû sous-louer à coût réduit ses locaux précédents. Il est important de mentionner que ce démenagement permettra de réaliser des économies annuelles de plus de 700 000 \$ jusqu'à la fin du bail actuel. Cette diminution se reflétera dans les dépenses administratives des prochains exercices.

CAPACITÉ D'ENGAGEMENT DE TÉLÉFILM CANADA

Contribution du gouvernement fédéral

La capacité d'engagement de Téléfilm Canada provient en grande partie du gouvernement fédéral, soit :

- une allocation parlementaire de 78,7 millions de dollars ; et
- des contributions du ministère du Patrimoine canadien totalisant 58 millions de dollars, dont 49,8 millions de dollars pour le Programme de participation au capital du FCT, 5,8 millions de dollars pour le Fonds pour le multimédia, et 2,4 millions de dollars pour les écoles nationales de formation.

Recettes sur les participations financières de la Société

Les recettes sur les participations financières de Téléfilm se sont élevées à plus de 24 millions de dollars en 1999-2000. Les recettes de la Société contribuent à la diversité de l'appui de Téléfilm et à la vitalité de l'industrie, elles permettent à Téléfilm d'ap-puyer davantage la production et des activités connexes. Ainsi, chaque dollar investi par Téléfilm en production se traduit par quatre dollars en activité de production. On estime donc que les recettes réinjectées en production, soit 17 des 24 millions de dollars, auront généré cette année un volume de production additionnel de plus de 60 millions de dollars.

N.B.

Les tableaux présentés dans ce rapport annuel font référence aux engagements de Téléfilm Canada pendant l'exercice 1999-2000, c'est-à-dire aux contrats signés par la Société. Pour faciliter la lecture, les nombres ont été arrondis. Cependant, les totaux tiennent compte des nombres complets.

Un modèle unique

Le modèle de Téléfilm Canada est unique au pays, et comprend un mandat national et international. Au cours de l'exercice 1999-2000, les dépenses administratives pour les activités et services de la Société à l'industrie ont été de 15,1 millions de dollars. Par ailleurs, les recettes générées par les investissements de la Société ont été nettement supérieures à ce montant puisqu'elle se sont élevées à plus de 24 millions de dollars, somme qui a été entièrement réinjectée dans l'industrie. Ainsi, non seulement les recettes dépassent-elles largement les dépenses administratives de Téléfilm, mais elles se traduisent par une plus grande productivité du secteur audiovisuel.

FESTIVAL DE TÉLÉVISION DE BANFF, JUIN 2000
Greg Coyes, président du jury autochtone, félicite Doug Cutland, lauréat du prix Téléfilm Canada/APTN pour la Meilleure production autochtone en français ou en anglais, décerné à son film *Circle of Voices*.

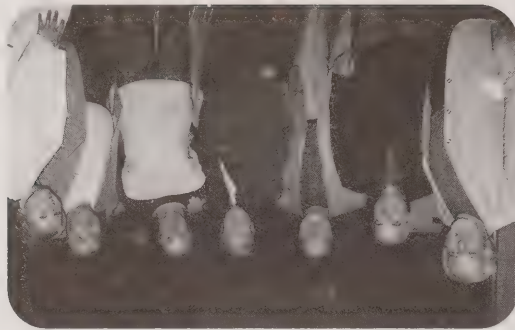


OTTAWA, LE 21 MAI 2000
François Macerola, Denise Robert, productrice, Cinémaginaire, et Yves Arcand, réalisateur du film, Jessica Paré, comédienne et

STAND OMBRELLE DE TÉLÉFILM CANADA AU MIPCOM
Quelque 70 entreprises ont partagé un stand de Téléfilm Canada dans les marchés internationaux au cours de l'année dont celui du MIPCOM, à Cannes.



TOURNOI DE GOLF ANNUEL DE L'ACADÉMIE CANADIENNE DU CINÉMA ET DE LA TÉLÉVISION, SOUS LA COPRÉSIDENTENCE D'HONNEUR DE FRANÇOIS MACEROLA ET DANIEL LAMARRE, LE 22 JUIN 2000
UNE JOURNÉE AU BÉNÉFICE DE L'ACADÉMIE ET DES ÉTUDIANTS DE L'INIS
De gauche à droite, François Macerola, Michel Trudel, président – Locations Michel Trudel Inc., Mel Hoppenheim, président – Mels Cité du Cinéma, André Bureau, président – Astral Communications, Louis-Georges Girard – comédien, Pierre Roy, président-directeur général – Les Chânes Télé Astral, Louise Spickier, directrice générale de l'INIS (Institut national de l'image et du son).





IMMERSION DOCUMENTAIRE - PARIS, NOVEMBRE 1999
Vingt-huit producteurs canadiens ont rencontré plus de 50 jeunes français dont les plus importants réalisateurs, de documentaristes, producteurs, télédiffuseurs et distributeurs.



RÉCEPTION POUR LE 50^E ANNIVERSAIRE DE LA BERLINALE, LE 14 FÉVRIER 2000

Sabirela Plandner, directrice générale de Neue FilmproduktionTV GmbH, producteurs du film *Banchoff* - une coproduction entre le Canada et l'Allemagne qui fut projetée en première mondiale au cours de la soirée - en compagnie de Pat Ferns, président-directeur général du festival de télévision de Banff et de François Macerola

PREMIÈRE MONDIALE DU TÉLÉFILM Docteur Lucille, la remarquable histoire de Lucille Teasdale AU CENTRE NATIONAL DES ARTS, À OTTAWA, LE 15 MARS 2000



Laurier L. LaPierre, O.C., président de Téléfilm Canada et l'honorable Sheila Copps, ministre du Patrimoine canadien

Son Excellence M. André Jacques, haut-commissaire d'Afrique du Sud au Canada, madame Aline Chretien et



ATANARJUAL

(L'HOMME NU)
r. Zacharias Kunuk,
Pauli Apsak Anglirng
Igloodik Suma
Productions,
Office national
du film du Canada
Ce film d'aventure
dont l'action
se déroule dans
l'Arctique canadien
est le premier long
métrage de fiction
écrit et produit
au Canada en une
langue autochtone.

Place aux autochtones
Grâce au réseau national de télévision autochtone APTN et au Fonds canadien de télévision, les créateurs autochtones expriment davantage leur culture, en français, en anglais et en langues autochtones. Les Inuit sont présents dans Kikiki, une recréation des événements qui ont mis fin à la vie nomade des Inuit, et dans Inuit Piquisngit qui montre comment les Inuit d'hier et d'aujourd'hui ont réussi à survivre. L'histoire To Rise Again, sur les Namgis de Colombie-Britannique, illustre le rôle des centres communautaires dans le mode de vie autochtone, tandis que The Fairy Faith nous fait découvrir l'imaginaire foisonnant des Mil'kmaq du Cap Breton. D'autres œuvres font revivre les légendes des peuples circumpolaires, le combat d'une femme pour la fierté autochtone après le suicide de son fils, une enquête sur les 50 langues autochtones au Canada dont plusieurs sont menacées de disparition... ou nous présentent des communautés comme les Sto:lo dont le territoire ancestral, en Colombie-Britannique, est coupé par une autoroute.

Des sujets d'actualité

Au menu de l'exercice, on retrouve des thèmes d'actualité comme l'écologie, l'exode des cerveaux, les relations parents-enfants, la passion du jeu, la vie en milieu urbain, l'éducation, la mentalité criminelle, les forces policières, la guerre contre la drogue, le rôle des médias, la fascination pour les nouvelles technologies, les perspectives d'avenir de l'humanité et des œuvres passionnantes comme l'histoire d'un poisson dont le destin se confond avec celui d'un dernier millénaire, ou encore Insecta – Le jeu, un cédérom qui traite d'environnement. Par ailleurs, les longs métrages de l'exercice jettent des regards décapants ou hilarants sur les grands auteurs et misères de notre condition d'humain.

Une ouverture sur le monde
Les créateurs canadiens sont ouverts sur le monde : la production de l'année compte des documents qui apportent un point de vue canadien sur les enfants de Roumanie, le Chili de Pinochet, les champions de boxe de Cuba, les femmes et le travail en Afrique, l'immigration des Tamouls, les Mayas du Mexique, les défenseurs des animaux à travers le monde, et sous le thème « La paix de demain commence par l'amitié d'aujourd'hui », La Danse des enfants nous fait vivre aux rythmes d'une quinzaine de troupes de danse de douze pays qui se sont réunies à Beauport, près de Québec, pour célébrer le nouveau millénaire. Par ailleurs, la recherche de solutions aux problèmes mondiaux amène parfois les cinéastes à comparer la vision du monde canadienne à celle de spécialistes du Brésil, de l'Inde, des États-Unis, de Hong-Kong ou de Russie.
Pour plus de renseignements sur les plus récentes productions canadiennes, veuillez consulter les catalogues de télévision, de longs métrages et de productions multimédias de Téléfilm Canada.

Une terre de diversité

Terre de multiculturalisme, le Canada donne la parole à ses communautés. The Saint Soldier nous fait rencontrer la communauté Sikh de Vancouver, la plus grande en dehors de l'Inde. A Scattering of Seeds: The Creation of Canada III salue les immigrants méconnus qui ont choisi notre pays pour donner une nouvelle chance à leur famille. Par ailleurs, le réalisateur Clement Virgo continue de s'intéresser à la communauté noire dans son long métrage Loue Come Down qui a comme héros deux frères, dont l'un est blanc et l'autre noir. Le visage de la diversité culturelle prend parfois les traits d'une recherche des origines. Ce sont alors d'émouvantes retrouvailles avec des paysages, des parents et une culture, telles que filmées par des équipes canadiennes. Ou encore, c'est un regard neuf, comme celui que Jon Einarsson Gustafsson, arrive d'Islande en 1997, pose sur une certaine jeunesse canadienne dans son long métrage Kanadama.

La francophonie à l'honneur

1999 ayant été l'Année de la francophonie, les cinéastes canadiens se sont penchés avec beaucoup d'intérêt sur ce sujet fascinant et ont tourné des films sur l'évolution des francophonies d'Amérique, que ce soit en Acadie, au Manitoba, en Ontario, en Louisiane, dans les Territoires du Nord-Ouest ou au Yukon. On y traite aussi des défis que la mondialisation des marchés pose à la francophonie d'Amérique.



Des portraits canadiens
Les œuvres de l'exercice nous font découvrir un vaste éventail de personnalités canadiennes. De Northop Frye, l'un des plus grands penseurs que le Canada ait produits, à Sylvie Fréchette, médaillée d'or des Jeux Olympiques de 1994 et en passant par Louise Arbour, procureure en chef du Tribunal pénal international pour le Rwanda et l'ex-Yugoslavie, les productions canadiennes mettent aussi à l'honneur les comédiens Leslie Nielsen et Mary Walsh, l'homme politique Jean Drapeau, le docteur Henry Morgenthau, le philosophe Marshall McLuhan, l'auteure et féministe de Winnipeg Nellie McClung, le peintre Marcel Barbeau, les frères Esposito et Manon Rhéaume, Ted Rogers. Sans oublier le docteur Lucille Teasdale, qui a travaillé plus de 30 ans en Ouganda, la championne de natation Marilyn Bell et l'acteur et auteur canadien William Shatner, l'incoubable capitaine Kirk de Star Trek.



Une histoire riche en événements et personnages
L'histoire d'ici et d'ailleurs fascine créateurs et publics. On en traite dans Flightpath, des moments importants de l'aviation canadienne; Island of Shadows, sur le destin tragique des lépreux chinois de l'île d'Arcy (1891-1924); Camp X, le premier camp d'entraînement pour les espions en Amérique du Nord, dans les Maritimes; Anticosti au temps des Menier, une page d'histoire d'une île mythique; Out of the Fire, l'histoire d'une photographie juive qui a échappé aux camps de la mort, habite depuis 50 ans au Canada et témoigne enfin de ce qu'elle a vécu. L'histoire est également au cœur du long métrage de Pierre Falaladeau, 15 février 1839 et du cédrom Un pacte, un pays. Enfin, elle prend parfois la figure d'un combat quotidien, comme celui de John Mayaw, qui a vécu sept ans en prison pour avoir défendu les droits de la personne.

ANTICOSTI AU TEMPS DES MENIER
Diffuse en primeur à Ex-centris, ce documentaire qui raconte l'aventure labouzeuse de la colonisation de l'île d'Anticosti par le riche industriel français Henri Menier à la fin du XIX^e siècle, fut également présenté sur TV5 Europe

Cette série sur l'aviation a maintenu des cotés d'écoute entre 80 000 et 100 000 49 ans, score remarquable pour un canal spécialisé Les trois premières séries ont été vendues aux Etats-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en France et au Proche-Orient La quatrième série sera présentée au canal Discovery en octobre 2000, alors que la cinquième série est actuellement en production

ONTARIO

RÉGION DE L'OUEST

En 1999-2000, le bureau de l'Ontario a appuyé une grande diversité de longs métrages. Le célèbre met-
teur en scène de théâtre et cinéaste Robert Lepage, a réalisé son premier film en anglais, *Possible Worlds*, adapté de la pièce de John Mithron ; Clement Virgo a signé un deuxième long métrage très attendu, *Loue Come Down*, avec la star Deborah Cox ; John Greyson a terminé son quatrième long métrage, *The Law of Enclosures*, avec Sarah Polley ; et Colleen Murphy, avec *Desire*, coproduit avec l'Allemagne,



a confirmé le succès mondial de son premier film, *Shoemaker*. Des projets de l'exercice précédent, tels *The Five Senses*, *New Waterford Girl*, et *Existenz*, ont fait sensation dans les festivals à travers le monde. En Ontario, l'industrie de la télévision reste au premier plan avec des dramatiques comme *Drop the Beat*, qui met en vedette de jeunes artistes du hip hop et un site Internet innovateur, et la troisième série de *Anne of Green Gables*, avec la talentueuse Megan Follows. Les documentaires constituent toujours un point d'ancrage et plusieurs projets, dont *Crimes of Honour* et *The Holler It Gets*, ont été salués par la critique et ont remporté des prix. Parmi les projets pour enfants, on compte une coproduction avec le Royaume-Uni, *Watership Down*. Sur le front du multimédia, parmi les projets financés, on trouve des sites Internet extraordinaires pour les enfants. Téléfilm a financé la production de deux cédéroms de la série vedette *Nikolaï's Adventures* et a appuyé leur campagne de marketing mondiale. Un site Internet interactif, *Monster by Mistake*, a été conçu d'après l'émission d'animation à succès du même nom. Le bureau a financé la construction du site et un programme de marketing comprenant des lançements interactifs, une campagne de publicité multi-média et des partenariats pour la vente de produits dérivés dans la section de commerce électronique du site.

L'année 1999-2000 a été l'année de tous les succès pour l'industrie de la production dans l'Ouest, incluant ceux du téléfilm *Millgaard* et de la série *Da Vinci's Inquest* qui ont remporté des prix Gemini. De plus, plusieurs émissions venant de la région de l'Ouest continuent d'attirer un vaste public. Par exemple, le téléfilm *Trial by Fire – A North of 60 Mystery* a rejoint plus de 1 million de spectateurs, tandis que la série *Champions of the Wild III* est diffusée dans 16 pays et territoires. Du côté autochtone, la région de l'Ouest a fait sa marque grâce au succès confirmé de *Stories from the Seventh Fire*, une émission d'animation pour enfants qui a raffé de nombreux prix aux quatre coins du globe, et a été sélectionnée et projetée dans le cadre d'événements tels l'*American Indian Film Festival* à San Francisco et le *Sam'i Film Festival* en Finlande. La promotion des jeunes cinéastes continue d'être prioritaire. Ainsi le bureau de l'Ouest a-t-il appuyé les premiers films de quatre réalisateurs et a-t-il contribué à des initiatives telles que le programme *Features First* de l'Institut national des arts de l'écran. Les investissements précédents ont porté fruit puisque *Kollercoaster* de Scott Smith a été en première ligne du circuit des festivals. Le bureau de l'Ouest a aussi investi dans la production de deux nouveaux titres de la célèbre série sur cédérom, *Buddy Brush* ; depuis le lancement de la série au marché E³, des accords de diffusion ont été conclus avec sept partenaires internationaux et des ententes de distribution ont été signées avec de grands détaillants et des chaînes spécialisées au Canada et aux États-Unis. Enfin, le programme *Initiative Asie-Pacifique* continue de susciter des alliances et des possibilités d'affaires pour l'ensemble de l'industrie canadienne.



TRIAL BY FIRE – A NORTH OF 60 MYSTERY
r. Francis Damberger
Alberta Filmworks Movie Two
Ce téléfilm produit à partir de la populaire série *North of 60*, dont l'action se déroule dans les Territoires du Nord-Ouest, a attiré plus de 1 million de téléspectateurs lors de sa diffusion à CBC en janvier.

DESIRE
r. Colleen Murphy
Subjective Eye/Bufallo Gal Pictures Inc.
Une histoire d'amour troublante entre un musicien et une enseignante essouffée, *Desire* est le premier long métrage de la réalisatrice Colleen Murphy.

1999-2000
D'UN OCEAN À L'AUTRE

RÉGION DE L'ATLANTIQUE

QUÉBEC

Misant à la fois sur l'excellence et l'innovation, l'industrie du Québec a connu de grands succès en 1999-2000. Elle s'est illustrée par plusieurs nouvelles dramatiques fort populaires, dont *Fortier et Gypsies*, tandis que se confirmait la qualité de séries

En 1984-1985, exercice de sa création, le bureau de Téléfilm à Halifax avait alloué 215 000 \$ à des projets dont les devis s'élevaient à 435 000 \$. Depuis, l'industrie atlantique a connu une croissance considérable : en 1999-2000, la Société a accordé 8,5 millions de dollars à des projets de cette région, dont les devis s'élevaient à 36 millions de dollars. L'industrie de chacune des provinces atlantiques s'illustre dans tous les genres : dans les dramatiques avec *Made in Canada II*, une série mordante sur le merveilleux monde du cinéma et de la télévision ; dans les émissions pour enfants, avec *Eckhart*, une série d'antivilles de l'Île-du-Prince-Édouard, et *Lunatiques*, une série en français qui transporte ses jeunes auditeurs dans un monde futuriste amusant ; dans les documentaires comme *Porta White, Think on Me*, un portrait

GYPSIES
avec un arrière-goût de barbe à papa. Un monde marginal certes, mais qui a tout



PORTA WHITE, THINK ON ME

nt remarquable
ria White
littéralement séduits les
les Américains
dan les années quarante
e biographie sera diffusée
à l'automne au canal Vision TV

de la cantatrice noire de la Nouvelle-Écosse qui a conquis le public international dans les années 40 ; dans la production autochtone, avec le bouleversant *Hebron Relocation*, une page dans la vie d'une communauté autochtone des années 50 ; et dans le *Game*, un jeu de simulation par ordinateur qui permet aux adolescents d'intervenir sur les facteurs qui causent les changements de climat et de participer aux destinées de la Terre. Le cinéma atlantique poursuit son essor et fait entendre de nouvelles voix comme celles de Rosemary House (*Violet*) et Andrea Dorfman (*Parsley Days*). Le bureau de l'Atlantique a aussi investi dans l'avenir en créant le Programme des jeunes cinéastes qui appuie la production et la post-production de premières œuvres professionnelles.

en renouvellement telles *Diva* et *Caserne 24* et que naissaient de nouveaux concepts dramatiques comme *2 frères et la Vie*, *la Vie*. La production pour enfants a continué de faire la joie des jeunes francophones, et la contribution de Téléfilm s'avère essentielle à la continuité d'émissions comme *Cornemuse* et *Le Retour des débrouillards*. Le secteur documentaire a connu un boom considérable. Des projets reflétant la culture québécoise et sa diversité culturelle, des documentaires d'auteur (dont *Barbeau libre* comme *l'art*) et des séries documentaires (dont *Une Révolution tranquille*) ont côtoyé des œuvres à caractère scientifique dont *Anima et Oppression*. Le bureau a appuyé plusieurs projets en langue anglaise du Québec comme *Heart: the Marilyn Bell Story* et *Docteur Lucille*, la remarquable histoire de *Lucille Teasdale*. Au cinéma, le bureau du Québec maintient son soutien à des réalisateurs confirmés (Charles Binamé, Pierre Falardeau), et participe à la découverte de talents tels *Michel Jetté* (*Hochelaga*) et *Philippe Falardeau* (*La Moitié gauche du frigo*), sans oublier des coproductions comme *En vacances* et *The Favourite Game*. Enfin, les créateurs québécois continuent de s'imposer dans les jeux et produits multimédias, ainsi qu'on le voit avec les productions *Cosmic Cinema* et *Le Monde selon Hemingway*, et la mise en marché du *cdérom* mettant en vedette la souris *Mia*. Quant à la production francophone hors-Québec, Téléfilm a appuyé un nombre record de projets provenant de toutes les régions du Canada.

Un capital humain remarquable

Les ressources humaines de Téléfilm constituent sa toute première force. Il y a là un capital d'expérience, d'enthousiasme et de dévouement tout à fait exceptionnelnel dont l'industrie est la première bénéficiaire, tant sur le plan national qu'international. Ceci étant dit, nous avons posé des gestes concrets cette année pour reconnaître officiellement cette réalité. La direction des ressources humaines relève maintenant du directeur général et fait partie intégrante du comité de gestion de la Société, ce qui lui procure une sphère d'influence et une capacité d'intervention à mesure de son mandat. Le mandat de cette direction est de tout mettre en œuvre pour développer de façon continue les compétences et la polyvalence de l'équipe de Téléfilm, et d'accroître la qualité et l'efficacité des pratiques et politiques de la Société en matière de ressources humaines.

Je tiens à souligner le départ de deux collègues du comité de gestion de Téléfilm, Suzan Ayscough, qui était directrice des communications et affaires publiques, et Deborah Drisdell, qui était directrice des relations internationales. Le directeur du bureau des festivals, Jean Lefebvre, a pris par ailleurs une retraite bien méritée après une carrière consacrée à la reconnaissance de notre cinéma.

J'ai été heureux d'accueillir deux nouvelles collègues au comité de gestion, Stella Riggi, directrice des ressources humaines, et Danielle Dansereau, directrice des communications et affaires publiques. J'adresse tous mes remerciements au président du conseil d'administration de la Société, Monsieur Laurier L. Lapierre, O.C., à Madame Jeanine C. Beaubien, vice-présidente du conseil et à Madame Elvira Sánchez de Malicki, présidente du comité de vérification et des finances, de même qu'aux autres membres du conseil.

Merci aussi à toute l'équipe de Téléfilm Canada.

François Macerola

Implantation de six indicateurs de rendement

Afin de mieux mesurer l'atteinte des objectifs de son plan d'affaires et de satisfaire aux exigences du gouvernement en matière d'implantabilité, Téléfilm avait défini dès 1998-1999 sept perspectives stratégiques qui concernent les projets, les entreprises, l'industrie, le gouvernement, les processus organisationnels, les finances et les ressources humaines. Étant donné les coûts et les ressources nécessaires à l'implantation des indicateurs correspondants à ces perspectives, la Société a adopté une stratégie graduelle de mise en place. Six indicateurs de rendement ont été implantés cette année. Ils traitent de la croissance annuelle des ressources financières, des dépenses administratives, des ressources consacrées aux communautés en situation linguistique minoritaire, de la contribution aux coproductions internationales, du volume global des coproductions et de la sélection des productions financées par Téléfilm dans les festivals. D'autres indicateurs seront donc mis en place en 2000-2001 et un rapport sera publié ultérieurement.

Des outils de performance

Téléfilm a continué de se doter d'outils qui lui permettent d'être plus performante et critique par rapport à ses activités et systèmes. Ainsi, nous avons implanté un programme de comptabilité par activité qui permet de mesurer le rapport coût/rendement de nos initiatives. Nous avons amélioré le système qui permet un suivi continu des engagements et débours par fonds et programmes, sur le plan national et régional. Nous avons aussi révisé, mis à jour et harmonisé les modèles de rapport qui sont utilisés dans les différents bureaux.

Le travail de documentation sur les politiques et processus s'est poursuivi. Nous avons maintenant plusieurs guides de référence pour les employés et l'industrie, qui concernent la gestion financière, la comptabilité, la vérification des coûts de production, la vérification des rapports d'exploitation, de même qu'une politique relative aux entreprises en défaut.

Des systèmes informatiques d'avant-garde

Nos systèmes informatiques doivent gérer un volume croissant de données, et doivent être suffisamment souples pour permettre à Téléfilm de gérer d'autres fonds, le cas échéant. À cette fin, nous avons établi un plan directeur de développement informatique qui s'étend sur trois ans. Nous avons aussi fait en sorte que notre réseau soit plus rapide, surtout au moment de temps forts comme le dépôt des demandes de financement en production.

Cap sur la convergence des médias

Cela m'amène à un concept des plus importants : celui de la convergence des médias, c'est-à-dire de la télévision et du cinéma et, pourquoi pas,

du multimédia.

Téléfilm a continué d'administrer avec efficacité et compétence le Fonds pour le multimédia créé

en 1978. Toutefois, ce domaine demande encore réflexion et le Fonds fera l'objet d'une révision en

profondeur au cours de la prochaine année. Nous

voulons que ce Fonds réponde mieux aux besoins

des citoyens de ce pays et tienne compte davantage

des infrastructures existantes de production et

de mise en marché. Nous allons donc travailler

à instaurer la convergence des anciens et des

nouveaux médias.

Les contenus

Nous sommes à l'ère du savoir et des informations

de l'information, dont les ondes de choc seront

aussi innombrables qu'innédites. Cependant,

quel que soit le média choisi pour rejoindre le

public, le contenu des projets, les histoires qui

sont racontées, continueront de primer. Le con-

tenu sera toujours plus important que le véhi-

cule de transmission, et ce contenu devra être

pertinent pour le public canadien. Téléfilm

entend développer des programmes axés sur

l'innovation et l'audace, des programmes qui

permettent aux créateurs d'exprimer leur vision

du monde en utilisant le plus large éventail

possible de médias et de technologies de

création et de transmission.

1999-2000 : une grande année sur le plan

des investissements

Vous trouverez dans ce rapport annuel des chiffres

et des informations qui sauront vous convaincre que

1999-2000 a été une grande année tant au niveau

des produits que des investissements que Téléfilm a

faits directement ou par l'entremise du Programme

de participation au capital du FCT.

Je suis très heureux de dire qu'à bien des égards

— nombre et qualité des projets, appui aux petites

et moyennes entreprises, appui à la production en

langues autochtones, production régionale, copro-

ductions, activités internationales — nous pouvons

parler sinon de record, du moins de résultats exem-

plaires et très fructueux.

Tout cela a été réalisé avec une conscience

aigüe des exigences d'efficacité, de transparence et

d'imputabilité de notre plan d'affaires 1997-2000.

Financement et administration

Cette année, certaines allégations d'irrégularités

et de malversations touchant l'industrie ont suscité

beaucoup de questions.

Le ministère du Patrimoine canadien a réagi à

cette situation de façon très proactive en comman-

dant un rapport sur les pratiques de gestion et les

mécanismes d'appui du gouvernement fédéral à

l'industrie du film et de la télévision. Rendu public

en février 2000, le rapport a été positif à l'égard de

Téléfilm Canada tout en recommandant certaines

listes de changements pertinentes.

Le rapport a reconnu que Téléfilm Canada était

engagée depuis plusieurs années dans un processus

continu d'amélioration de son cadre de gestion et

cela, tant sur le plan des politiques, des procédures

et des contrôles administratifs que des ressources

humaines. Toutefois, le rapport recommandait à

Téléfilm d'accélérer les mesures d'amélioration en

cours, notamment la mise en œuvre d'un plan de

vérification, et de travailler en collaboration avec

les autres organismes du ministère du Patrimoine

canadien et des sources extérieures afin de

s'inspirer des meilleures pratiques de gestion.

Téléfilm Canada s'est empressée de mettre en

œuvre ces recommandations, qui allaient d'ailleurs

dans le sens de ses propres préoccupations et

actions. Depuis 1998, en effet, la Société travaillait

de façon continue avec une firme comptable pour

développer une politique de gestion des risques et

un nouveau plan de vérification. Nous avons accé-

léré la révision de nos processus et l'analyse des

risques. Non seulement l'appareil administratif

de Téléfilm a-t-il tenu bon, mais il n'a pas démon-

tré de faillites importantes. Les fonds publics sont

bien administrés, les ressources financières sont

dépensées là où elles doivent l'être. Les quelques

exceptions qui ont existé dans le passé ne remet-

tent en cause ni la valeur du système en place,

ni l'industrie, ni l'approche de financement qui

prévaut actuellement.

La Société a maintenant un plan de vérification

exhaustif, qui couvre l'ensemble de ses activités de

financement. Ce plan a été présenté à l'industrie et

nous continuerons de travailler avec le ministère du

Patrimoine, le ministère des Finances et les autres

organismes gouvernementaux pour gérer les fonds

publics de façon rigoureuse.

L'exercice 1999-2000 a été très exigeant pour Téléfilm Canada, puisqu'il a donné lieu à une importante réflexion, qui a touché aussi à l'égard de l'industrie. Par-delà de nombreuses difficultés, l'exercice a été positif en ce sens qu'il nous aura permis de réaffirmer le rôle unique de la Société au sein du paysage culturel canadien.

RÔLE DE TÉLÉFILM CANADA COMME ORGANISME PUBLIC INVESTISSEUR

La télévision : pour de réels partenariats

entre les secteurs public et privé

Quel est le rôle de la Société comme organisme public et investisseur culturel ? Il y a quatre ans, la création du Fonds canadien de télévision (FCT), un partenariat des secteurs privé et public, constituait une initiative innovatrice et remarquable. Le Fonds a obtenu du succès à bien des égards et ses ressources financières continuent d'être cruciales pour l'industrie de la télévision et du long métrage. Toutefois, il apparaît de plus en plus évident que ce partenariat présente certains manques à gagner. Dans le contexte d'une croissance considérable des investissements privés, y a-t-il toujours une place pour les organismes publics ? Doit-on transférer l'administration des fonds publics au secteur privé ?

De fait, les conclusions de deux rapports réalisés cette année, soit ceux de la firme KPMG et de Silcox-Colbert, semblaient suggérer que Téléfilm Canada mette fin à ses activités d'investisseur dans le secteur télévisuel. Ce serait faire peu de cas d'une expertise de plus de 20 ans, une expertise qui a fait ses preuves tant sur le plan culturel qu'industriel et dont les résultats font l'admiration et l'envie de bien d'autres industries à travers le monde. De plus, je crois fermement qu'il existe une place pour des partenariats réels entre les secteurs privé et public, qui respectent les compétences et l'expérience de chaque secteur et qui garantissent à la fois la saine administration des fonds publics et l'imputabilité des administrateurs. On peut donc s'attendre que le processus de renouvellement du Fonds canadien de télévision, prévu pour 2001-2002, entraîne des débats passionnants sur la régie, et plus largement, sur le mode de fonctionnement du Fonds. Téléfilm Canada participera à ce débat avec tout l'enthousiasme, toute l'énergie et surtout toute l'expérience de ses équipes à travers le pays.

Ceci dit, il faut faire en sorte que ces deux médias la mise en marche. partenaires de la création, de la production et de pays du monde, exige un effort collectif de tous les partie intégrante de cette aventure, car produire Les diffuseurs et les exploitants de salles feront penne enfin sa juste place sur les écrans nationaux. pourrait faire en sorte que notre cinématographie des impératifs culturels et des besoins du marché, veau, associée à des objectifs qui tiendront compte duction et en distribution. L'injection de fonds nou- remarquables et sur une expertise unique en pro- industrie peut déjà miser sur des talents créateurs mais le contexte est des plus prometteurs. Notre résultats de cette politique ne seront pas immédiats, liorer aussi la mise en marché de notre cinéma. Les financières disponibles pour chaque film et d'amé- des films canadiens, d'augmenter les ressources aurait comme objectifs d'augmenter les auditoires de développer une nouvelle politique du film qui avec le ministère du Patrimoine canadien afin Au cours de l'exercice, nous avons travaillé certes importants mais néanmoins insuffisants.

Long métrage : vers une nouvelle politique nationale

Le long métrage est un parent pauvre du domaine des communications. Il a été laissé à lui-même, soumis aux lois du marché, sans cadre législatif, sans orga- nisme de surveillance, et avec des investissements

de rendement d'une administration moderne. aux besoins réels de l'industrie et aux impératifs nouveaux modèles plus globaux, plus conformes sortent de leur ghetto respectif. Il faut inventer de



FRANÇOIS MACEROLA

Louise Pelletier



« En tant qu'auteure pour la télévision, je souhaite que les créateurs soient respectés et reconnus. Le regard du créateur, c'est ce qui définit une œuvre. Le public s'identifie à la télévision d'ici, qui est un point de repère. Plus une œuvre est incarnée dans notre culture, plus elle rejoint le public. Je pense aussi qu'il est important que les créateurs francophones puissent continuer de travailler dans leur langue et témoignent de la réalité francophone dans ce continent. »

Elvira Sánchez de Malicki



« Je suis persuadée que Téléfilm Canada, en tant qu'organisme culturel fédéral, jouera un rôle important dans les discussions à venir sur les questions linguistiques et la diversité culturelle. C'est par ailleurs avec beaucoup de fierté que j'ai accepté la présidence du comité de vérification du conseil. Le mandat du comité a été élargi pour que Téléfilm remplisse son mandat de façon de plus en plus transparente et solide sur le plan administratif. »

Sandra Macdonald



« En tant que commissaire du gouvernement à la cinématographie, j'apporte au conseil d'administration de Téléfilm Canada une expertise du développement et de l'implantation de politiques du film et de la télévision, de même qu'une expérience de l'administration d'un organisme public fédéral. Une de mes préoccupations est d'assurer que les différents partenaires de la production canadienne fassent preuve de cohérence, de telle sorte que l'accent soit mis sur la création plutôt que sur les contrats. »

Bluma Appel



« Les résultats de l'exercice ont de nouveau été remarquables. Téléfilm Canada peut être fière du chemin parcouru, particulièrement en ce qui concerne son appui à l'industrie du multimédia. Notre univers change très rapidement et la Société doit continuer d'encourager les créateurs canadiens. Le conseil de Téléfilm est l'un des meilleurs que j'ai connus. Nous formons une équipe dynamique et expérimentée qui partage une passion, celle d'appuyer l'industrie canadienne. »

Jeanine C. Beaubien



« Téléfilm Canada encourage la production et la distribution de produits de qualité en français, en anglais et en langues autochtones qui rejoignent un grand public, ici et sur la scène internationale. En tant que vice-présidente du conseil, je souhaite que Téléfilm continue d'être à l'avant-garde sur le plan culturel. Il est important d'appuyer la formation et la relève. Et je pense qu'il faut sensibiliser les jeunes publics à ce qui se fait chez nous. Ils sont l'avenir de notre culture. »

Ronald S. Bremner



« Faire partie du conseil d'administration de Téléfilm Canada est passionnant. À l'ère de la mondialisation des marchés, il est important d'assurer que les histoires canadiennes, qui sont à la fois uniques et originales, puissent rejoindre des auditoires partout à travers le monde. Avec l'amélioration et le renforcement du système de distribution, et un meilleur marketing des longs métrages canadiens, nous allons non seulement encourager une industrie florissante, mais nous allons aussi prendre notre juste place sur la scène internationale. »

En 1999-2000, deux membres du conseil ont vu leurs responsabilités s'accroître. En décembre, Madame Jeanine C. Beaubien a été élue vice-présidente, et Madame Elvira Sánchez de Malicki a été élue présidente du comité de vérification et des finances. Par ailleurs, je suis heureux d'annoncer que le conseil est maintenant complet. Madame Louise Pelletier, de Saint-Lambert, au Québec, s'est jointe au conseil. Madame Pelletier est une scénariste réputée qui a une excellente connaissance de la télévision canadienne. Nous sommes fiers de la compter parmi nous. En terminant, je veux remercier le directeur général, Monsieur François Macerola, et toute l'équipe de Téléfilm Canada, de leur soutien et de leur enthousiasme. Je tiens aussi à exprimer mon admiration aux professionnels de l'industrie canadienne du cinéma, de la télévision et du multimédia. Leur vision et leur talent ont été pour nous tous une source constante d'inspiration.

Gael L. Lapierre O.C.

Laurier L. Lapierre, O.C.

Le Fonds canadien de télévision :

un travail collectif

Au cours des quatre dernières années, par l'intermédiaire du Programme de participation au capital du Fonds canadien de télévision, Téléfilm Canada a soutenu plus que jamais l'apparition – et avec grand succès – le développement d'une télévision distinctement canadienne. Cependant, et malgré une indéniable réussite, le partenariat entre le secteur public et le secteur privé est appelé à évoluer constamment de manière à répondre mieux encore aux besoins de notre clientèle. Un fait est certain : Téléfilm Canada entend rester active dans le secteur de la télévision et continuer de soutenir activement les créateurs de ce pays afin qu'ils puissent continuer de nous présenter des images enrichissantes de nous-mêmes.

Conseil d'administration

Téléfilm Canada a été profondément attristée par le décès, en septembre dernier, de Madame Laëticia Cyr, vice-présidente du conseil d'administration. Acadienne originaire du Nouveau-Brunswick, Madame Cyr a toujours défendu avec éloquence les intérêts des francophones hors Québec et elle s'est dévouée sans relâche à promouvoir la production et les talents de sa région natale. Nous n'oublierons apporté à toute chose. Une autre grande personnalité du monde artistique, Monsieur Gratien Gellinas, nous a quittés en 1999. Monsieur Gellinas a été l'un des phares de la culture canadienne des soixante dernières années. Homme de théâtre émérite, il fut également le deuxième président de Téléfilm Canada. Son mandat, qui s'étendit de 1969 à 1978, fut le plus long de l'histoire de la Société. Téléfilm Canada et l'industrie canadienne dans son ensemble doivent beaucoup à ses talents d'administrateur et à sa passion incommensurable pour le développement culturel.

Du côté de la télévision, les producteurs de toutes les régions du pays nous ont donné des émissions qui, ensemble, ont réussi à illustrer les nombreux visages de la réalité canadienne. Certaines séries très populaires sont revenues faire le bonheur des téléspectateurs. Et d'autres tout à fait nouvelles sont apparues au petit écran, montrant ainsi que nous continuons avec autant d'audace à miser sur de nouveaux talents et de nouveaux concepts. Téléfilm a soutenu des productions – dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, émissions de variétés et des arts de la scène – qui reflétaient la diversité culturelle canadienne, y compris des productions réalisées dans la langue de la minorité officielle et de nombreuses productions régionales. Quant aux créateurs autochtones, ils se sont distingués en signant des œuvres particulièrement éloquents sur leurs traditions et leurs cultures, en anglais, en français et dans une douzaine de langues autochtones.

Parmi les succès télévisuels de l'exercice, mentionnons *Forster, Gypsies, Caserne 24*, *Made in Canada II*, *Anne of Green Gables: The Continuing Story*, *The Holler It Gets, Traders, Crimes of Honour, Lunatics, Incredible Story Studio*, *Trial by Fire – A North of 60 Mystery*, *Milgaard*, *Stories From the Seventh Fire* et *Da Vinci's Inquest*.

L'industrie canadienne du multimédia a continué sur sa remarquable lancée. Le Canada est désormais le cinquième producteur multimédia du monde, derrière les États-Unis, l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni. Parmi des projets de très grande qualité, mentionnons *Monster by Mistake* et *Buddy Bush and the Painted Circus*. La célèbre souris *Mia* a connu cette année de nouvelles aventures dans une étape marquante avec *Atmanjuaat (The Fast Runner)* de Zacharias Kunuk et Paul Apak Angilirq, le premier long métrage canadien entièrement écrit et réalisé en langue autochtone, soit en inuktitut.

La relève et les petites et moyennes entreprises sont les pierres angulaires de l'avenir. Quel que soit le champ d'activité où nous voulons performer, nous devons continuer d'encourager la relève par des programmes diversifiés, dans toutes les régions du pays. Les jeunes talents canadiens doivent pouvoir s'épanouir et se tailler une place enviable dans cet environnement mondial en pleine ébullition. Par ailleurs, en juin 1999, la Société a annoncé que son appui financier viserait surtout les petites et les moyennes entreprises. Leur développement, sur la scène nationale autant qu'internationale, est le meilleur gage de réussite de notre industrie à longue échéance.

1999-2000 : une année éclatante pour les œuvres canadiennes

L'industrie canadienne de la télévision, du cinéma et du multimédia a réussi encore une fois à nous divertir, à nous émouvoir, et à séduire le public d'ici et d'ailleurs.

Le cinéma canadien a connu plusieurs grandes premières. *Le Vieil Homme et la Mer* a raflé l'oscar du meilleur film d'animation et la superbe musique du film de François Girard, *Le Violon rouge*, a également reçu un oscar convoité. Ces deux prix sont venus rehausser la réputation déjà excellente du Canada auprès du public international. L'industrie du cinéma canadien a aussi d'autres raisons de se réjouir : pour la première fois, une œuvre canadienne, en l'occurrence *Starbom de Denys Arcand*, a été présentée à la clôture du Festival international du film de Cannes. Par ailleurs, la région de l'Atlantique a produit l'un des succès de l'année : le premier long métrage acadien en français, *Fall Blast*, réalisé par Rodrigue Jean. La production autochtone a également franchi une étape marquante avec *Atmanjuaat (The Fast Runner)* de Zacharias Kunuk et Paul Apak Angilirq, le premier long métrage canadien entièrement écrit et réalisé en langue autochtone, soit en inuktitut.

Nous venons d'entrer dans un nouveau millénaire, un millénaire placé sous le signe de l'audace et de l'innovation, dont la seule constante est le changement. Les défis qu'il nous lance vont nous obliger à adopter de nouvelles approches et à forger de nouveaux modèles.

Les nouvelles technologies nous offrent des moyens inespérés de faire appel à l'imagination et on peut affirmer que le phénomène de la convergence numérique est désormais incontournable. L'interconnexion met le monde au bout de nos doigts, élargit nos horizons et nous ouvre l'esprit. L'internet nous donne accès au cinéma, à la littérature et à la musique des quatre coins du globe. Mais, conséquence de cet univers sans limites, la sphère culturelle subit la pression d'une compétition qui exige une lutte sans relâche pour se tailler une place.

Fort heureusement, nous bénéficions de nombreux atouts. De fait, nous sommes privilégiés de vivre en ce pays. Les ressources naturelles du Canada sont abondantes, ses citoyens respectueux, ses institutions solides, sa culture est fondée sur la diversité et la tolérance. Notre culture forme la personnalité de notre pays; elle est la somme de nos valeurs, de nos croyances, de nos modes de vie, de nos passions et de nos espoirs. Elle est ce qui nous identifie aux yeux du monde extérieur. Si notre culture fait l'envie de plusieurs, cela ne signifie pas que tout y soit parfait, cependant.

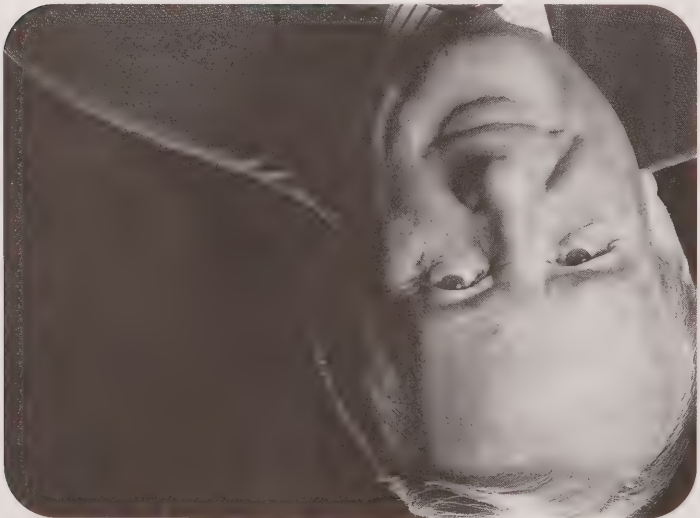
L'industrie culturelle canadienne, notamment l'industrie télévisuelle, peut s'enorgueillir à juste titre d'une remarquable réussite. Malgré tout, elle ne peut la tenir pour assurée. Oui, le Canada est l'un des plus grands exportateurs mondiaux d'émissions de télévision. Il n'empêche que les producteurs canadiens doivent encore et toujours relever l'écrasant défi d'offrir au public canadien des histoires canadiennes, bien qu'ils disposent de moyens nettement inférieurs à ceux de leurs concurrents américains. Et les longs métrages ne remplissent pas nos propres salles, même s'ils sont accablés dans les festivals internationaux. Le Canada a le devoir de protéger sa culture. Nos films, nos émissions de télévision, nos produits multimedias reflètent la richesse et la diversité de notre culture. Ils nous font découvrir des points de vue et des réalités qui autrement nous échapperaient. Il nous incombe de veiller à ce que les valeurs culturelles, l'histoire et les traditions de notre pays soient transmises aux générations futures. Il nous incombe de faire en sorte que les créateurs puissent aussi repousser les limites de notre imaginaire et témoigner des tendances d'aujourd'hui qui seront les réalités de demain.

Une nouvelle approche marquée par l'innovation et l'audace

Fort de sa vaste expérience, de sa stature nationale et de son réseau international, Téléfilm Canada entend continuer de promouvoir la diversité et la souveraineté culturelles canadiennes. Il s'agit là d'une mission vitale puisque l'avenir du contenu canadien, justement fondé sur ces deux assises, en dépend.

On ne peut nier que la culture canadienne souffre du fait que nos écrans – y compris nos écrans d'ordinateur par l'intermédiaire d'internet – soient de plus en plus envahis par les productions étrangères. Néanmoins, il est tout aussi irrefutable que les nouvelles technologies nous offrent la chance de parler de nous de façon inimaginable il n'y a pas si longtemps. Il nous est désormais possible de rendre accessibles, rapidement et en tout temps, des documents d'importance nationale, des œuvres impérissables et des illustrations de notre société. Et ce n'est que l'un des nombreux domaines où Téléfilm Canada et l'industrie canadienne doivent oser s'aventurer. Pour cela, il nous faudra être à la fois audacieux et inventifs.

Nous savons raconter des histoires aussi bien, sinon mieux, que quiconque. Mais nous avons longtemps eu de la difficulté à rejoindre une masse critique de spectateurs. Pour surmonter cet obstacle, nous devons investir dans l'avenir. Nous devons trouver de nouvelles façons de raconter nos histoires et soutenir de nouveaux créateurs. Ainsi seulement assurerons-nous la pérennité de notre voix et de nos images.



LAURIER L. LAPIERRE, O.C.

PLAN D'AFFAIRES 1997-2000 Téléfilm Canada a mis le cap sur 12 grands objectifs

- des affaires sur les marchés internationaux et augmenté le rayonnement des produits canadiens à l'étranger;
- accru le soutien offert aux petites et moyennes entreprises;
- soutenu le développement professionnel de la relève canadienne – producteurs, auteurs, réalisateurs et autres créateurs;
- participé à l'élaboration, par le gouvernement fédéral, de politiques et initiatives nationales et internationales qui touchent l'industrie canadienne;
- offert à l'industrie des programmes et des services pertinents et efficaces, a commencé à en mesurer la performance à l'aide de moyens appropriés, et a utilisé au mieux l'expertise et l'infrastructure existantes;
- renforcé toutes les formes de communication avec les secteurs de la télévision, du cinéma et des nouveaux médias, de même qu'avec les divers ordres de gouvernement et le grand public.

Une vision à longue échéance : le plan d'affaires 2000-2005

Le prochain plan d'affaires de la Société sera publié bientôt. Téléfilm Canada travaille plus que jamais à longue échéance puisque ce plan quinquennal touchera les exercices 2000 à 2005. On pourra obtenir le sommaire du plan d'affaires sur le site Internet de Téléfilm ou à l'un ou l'autre des bureaux de la Société.

- En novembre 1997, Téléfilm Canada publiait un plan d'affaires pour les années 1997-2000, intitulé *Vers le nouveau millénaire*. La Société s'y était fixé 12 objectifs principaux et une certaine de stratégies, sur lesquelles elle a fondé ses interventions et activités des trois dernières années. Comme on pourra le constater à la lecture de ce rapport annuel, l'exercice 1999-2000 aura été déterminant dans la réalisation de ces objectifs. Chacune des directions et chacun des cinq bureaux de la Société ont apporté leur contribution au plan d'affaires. Ainsi, en conformité avec ces objectifs, la Société a :
- accentué l'aide aux productions qui sont distinctement et visiblement canadiennes;
- travaillé en collaboration avec le ministère du Patrimoine canadien pour faire en sorte que le Fonds canadien de télévision soit renouvelé de 1998-1999 à 2000-2001;
- accru le volume d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias canadiens;
- accru la qualité, le potentiel commercial et la compétitivité des longs métrages canadiens;
- encouragé la production régionale dans les deux langues officielles et maintenu un juste équilibre à ce chapitre;
- fait en sorte que les émissions de télévision, les longs métrages et les produits multimédias canadiens soient plus accessibles au public canadien grâce à des activités professionnelles de mise en marché et de promotion;
- donné aux producteurs et aux distributeurs canadiens davantage d'occasions de faire

Le mandat de Téléfilm Canada
 La mission de Téléfilm Canada est d'offrir à l'industrie un appui financier et stratégique qui vise la production d'œuvres de qualité reflétant la société canadienne, avec sa dualité linguistique et sa diversité culturelle, et qui favorise la distribution la plus large possible de ces œuvres au Canada et à l'étranger.

Une contribution de plus de 160 millions de dollars à l'industrie canadienne
 Société d'État créée en 1967, Téléfilm Canada a injecté cette année plus de 160 millions de dollars dans le développement et la promotion de l'industrie canadienne. Cette somme provient d'une allocation parlementaire, de contributions du ministère du Patrimoine canadien et de recettes sur les participations financières de la Société.

Lois et protocoles d'entente
 Téléfilm Canada relève du ministère du Patrimoine canadien et ses activités reflètent les politiques publiques du gouvernement. Les opérations de la Société sont soumises à la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne et à la Loi sur la gestion des finances publiques, et ses contributions à l'industrie répondent aux exigences du Conseil du Trésor.

La Société doit aussi se conformer aux lois suivantes : Loi sur les langues officielles, Loi sur le multiculturalisme canadien, Loi sur l'équité en matière d'emploi, Loi de l'impôt sur le revenu, Loi sur la protection des renseignements personnels et Loi d'accès à l'information. Les Fonds et programmes de la Société sont administrés selon les protocoles ou les ententes de contribution signés avec le Ministère. Ils font l'objet d'évaluations statutaires régulières, de même que d'évaluations internes.

Conseil d'administration
 Nommé par le gouverneur général en conseil, le conseil de Téléfilm Canada rend compte de son administration dans le rapport annuel dont les états financiers sont vérifiés par le Vérificateur général du Canada. Le conseil d'administration de Téléfilm Canada compte sept membres.

140 employés, cinq bureaux
 Les bureaux de la Société à Montréal, Toronto, Vancouver et Halifax offrent un large éventail de services à leurs clients régionaux. Ces bureaux encouragent la créativité à l'échelle nationale. La Société a aussi un bureau à Paris dont l'expertise s'avère précieuse pour la mise en œuvre de stratégies qui assurent de nouveaux partenariats et marchés internationaux.

Un large appui aux activités nationales et internationales de l'industrie
 Téléfilm Canada administre une quinzaine de fonds et programmes. La plus grande partie des ressources de la Société est consacrée au développement et à la production d'émissions de télévision, de longs métrages et de produits multimédias. La Société contribue à accroître les publics des produits canadiens en appuyant les activités de distribution, d'exportation, de doublage, de marketing et de promotion de l'industrie dans les festivals et les marchés.

Productions appuyées par Téléfilm Canada
 La Société contribue chaque année au développement et à la production de quelque 600 œuvres dans les catégories suivantes : longs métrages destinés aux salles, dramatiques, documentaires, émissions pour enfants, variétés et produits multimédias.

Un appui financier diversifié
 L'appui financier de Téléfilm Canada prend surtout la forme d'investissements, mais aussi d'avances, de prêts, de cautionnements de prêts et de subventions. Téléfilm partage avec l'industrie les risques et les revenus liés à l'exploitation des produits. Les sommes qu'elle récupère sont réinjectées dans l'industrie.

Les accords de coproduction :
 Téléfilm Canada administre les accords de coproduction du Canada avec 55 pays. Ces accords sont des outils de développement pour l'industrie, tant en ce qui concerne le financement que la diffusion des produits sur la scène internationale.

| | | | |
|--|--|--|--|
| François Macerola Directeur général | | OPÉRATIONS | |
| Peter Katadotis Directeur – opérations canadiennes | | BUREAU DE MONTREAL | |
| Joëlle Levie Directrice – opérations Quebec | | Pierre Even Directeur – unité d'affaires – longs métrages | |
| Michel Pradier Directeur par intérim – unité d'affaires – télévision et multimédia | | BUREAU DE TORONTO | |
| Karen Franklin Directrice – opérations Ontario Directrice par intérim – unité d'affaires télévision | | John Fulton Directeur – unité d'affaires – longs métrages et multimédia | |
| BUREAU DE VANCOUVER | | Elizabeth Friesen Directrice – opérations Région de l'Ouest | |
| John Dippong Directeur – unité d'affaires – longs métrages | | Lauren Davis Directrice – unité d'affaires – télévision | |
| BUREAU DE HALIFAX | | Ralph Holt Directeur – opérations Région de l'Atlantique | |
| FINANCES ET ADMINISTRATION | | Danny Chailfour Directeur – finances et administration | |
| Marina Darveau Contrôleure | | Carolle Brabant Directrice – systèmes, technologies et gestion des contrats | |
| COMMUNICATIONS | | ET AFFAIRES PUBLIQUES | |
| Danielle Danseureau Directrice – communications et affaires publiques | | POLITIQUES, PLANIFICATION ET RECHERCHES | |
| Guy Derpentiigny Directeur – politiques, planification et recherches | | RELATIONS INTERNATIONALES | |
| Johanne St-Arnauld Directrice par intérim – relations internationales | | Sheila de La Varende Directrice – bureau européen | |
| RESSOURCES HUMAINES | | Stella Riggi Directrice – ressources humaines | |
| SERVICES JURIDIQUES ET SECRÉTARIAT DU CONSEIL D'ADMINISTRATION | | John Pelletier Conseiller juridique général et secrétaire du conseil d'administration | |

Montréal, le 21 juin 2000

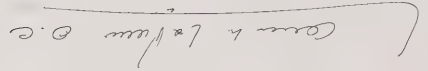
L'honorable Sheila Copps
Ministre du Patrimoine canadien
Ottawa, Canada

Madame la Ministre,

Conformément aux dispositions de l'article 23 de la Loi sur la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne de 1967, j'ai l'honneur de vous remettre, au nom du conseil d'administration, le 32^e rapport annuel de la Société de développement de l'industrie cinématographique canadienne (maintenant appelée Téléfilm Canada), ainsi que les états financiers pour l'exercice terminé le 31 mars 2000.

Veuillez agréer, Madame la Ministre, l'assurance de mes meilleurs sentiments.

Le président,



Laurier L. LaPierre, O.C.

MEMBRES DU CONSEIL

au 31 mars 2000

Laurier L. LaPierre, O.C.

Président

Ottawa (Ontario)

Jeanine C. Baubien, O.C.

Vice-présidente

Montréal (Québec)

Elvira Sánchez de Malicki

Présidente

Comité de vérification et des finances
Etobicoke (Ontario)

Bluma Appel

Membre

Toronto (Ontario)

Ron S. Bremner

Membre

Calgary (Alberta)

Sandra Macdonald

Membre d'office

Commissaire du gouvernement
à la cinématographie

Montréal (Québec)

Louise Pelletier

Membre

Montréal (Québec)

Entrée en fonction le 15 mai 2000

DIRECTION

au 31 mars 2000

François Macerola

Directeur général

Peter Katadotis

Directeur – opérations canadiennes

Danny Chalfour

Directeur – finances et administration

Danielle Dansereau

Directrice – communications
et affaires publiques

Guy DeRepentigny

Directeur – politiques,
planification et recherches

Deborah Drisdell

Directrice – relations internationales

Stella Riggi

Directrice – ressources humaines

John Pelletier

Conseiller juridique général

Secrétaire du Conseil d'administration

| | |
|--|----|
| ÉTATS FINANCIERS | 63 |
| <ul style="list-style-type: none"> › Fonds pour le multimédia | 59 |
| <ul style="list-style-type: none"> › Fonds de financement de longs métrages de Téléfilm Canada › Fonds d'aide à la distribution de longs métrages | 49 |
| CINÉMA | |
| <ul style="list-style-type: none"> › Fonds canadien de télévision – Programme de participation au capital | 35 |
| TÉLÉVISION | |
| <ul style="list-style-type: none"> › Téléfilm Canada : au cœur des politiques culturelles canadiennes › Production et développement › Rayonnement national et international de l'industrie et des produits canadiens › Formation et développement professionnel › Relations internationales | 25 |
| FAITS SAILLANTS | |
| <ul style="list-style-type: none"> › Résultats financiers 1999-2000 › Engagements › Capacité d'engagement de Téléfilm Canada | 22 |
| Des histoires et des images canadiennes inoubliables | 18 |
| D'un océan à l'autre | 16 |
| Messsage du directeur général | 13 |
| Messsage du président | 9 |
| Direction et employés cadres | 6 |
| Lettre à la Ministre | 5 |
| Membres du Conseil et Direction | 4 |

BUREAUX AU CANADA BUREAU EUROPÉEN

PARIS
5, rue de Constantine
75007 Paris
France
Téléphone : (33.1) 44.18.35.30
Télécopieur : (33.1) 47.05.72.76
www.telfilm.ca

TORONTO
2, rue Bloor Ouest
22^e étage
Toronto (Ontario)
M4W 3T2
Téléphone : (416) 973-6436
Télécopieur : (416) 973-8606

VANCOUVER
310 – 440, rue Cambie
Vancouver (Colombie-Britannique)
V6B 2N5
Téléphone : (604) 666-1566
Télécopieur : (604) 666-7754

HALIFAX
1684, rue Barrington
3^e étage
Halifax (Nouvelle-Écosse)
B3J 2A2
Téléphone : (902) 426-8425
Télécopieur : (902) 426-4445

OTTAWA
360, rue Albert
Bureau 1560
Ottawa (Ontario)
K1A 0M9
Téléphone : (613) 947-2938
Télécopieur : (613) 947-2537

* Siège social et bureau des opérations du Québec

» » » Ce rapport est publié par la direction – communications et affaires publiques de Téléfilm Canada avec la participation de la direction – politiques, planification et recherches.

Pour obtenir des exemplaires additionnels,
veuillez adresser vos demandes comme suit :
Téléfilm Canada
Direction – communications et affaires publiques
360, rue Saint-Jacques
Bureau 700
Montréal (Québec)
H2Y 4A9
Pelliculage : Grafix Studio
Conception graphique : Agence Code communications
Bibliothèque nationale du Québec
Dépôt légal : Bibliothèque nationale du Québec

Impression :
Bowne de Montréal



RAPPORT ANNUEL 1999-2000

 Etefilm Canada

